

# **TURISME I GÈNERE: IMPLEMENTACIÓ A L'AULA DE LA PERSPECTIVA FEMINISTA**

**PROJECTE FINAL DE GRAU EN TURISME  
MENCIÓ EN DIRECCIÓ TURÍSTICA**

**Barcelona, gener de 2020**

## RESUM

La indústria turística, com a sector econòmic present arreu del planeta, forma part de les estructures de poder globals, i hi interactua tant reproduint les barreres que comporten, com alhora possibilitant la reducció de la pobresa. D'altra banda, la perspectiva de gènere, provinent de múltiples corrents feministes, és integral, transversal i multidisciplinar, per la qual cosa es situa com una plataforma que permet llegir la realitat amb nous criteris. En aquest cas, aplicar aquesta visió holística al turisme suposa la revisió d'un gran nombre de dinàmiques pròpies de la indústria, així com també de fets estructurals que es reproduïxen en l'activitat turística. El feminisme, doncs, permet situar les desigualtats de gènere al centre de l'anàlisi, per tal d'entendre de quines maneres aquestes es reproduïxen en la indústria turística i quins recursos existeixen per a reduir-les.

L'objectiu d'aquest Projecte de Final de Grau és la creació d'una assignatura optativa que permeti implementar la perspectiva de gènere a les aules universitàries; amb la finalitat de potenciar el pensament crític de les estudiants i construir noves mirades que permetin apostar per un turisme inclusiu i sostenible. La metodologia emprada en aquesta investigació ha estat una revisió crítica de 836 articles provinents de la base de dades *Scopus*; a partir dels quals s'han identificat les principals temàtiques i debats presents en aquest àmbit de coneixement. A partir d'aquests resultats s'ha creat el programa de l'assignatura optativa, que ha passat per una fase de validació consistent en dues entrevistes en profunditat a expertes en aquesta temàtica. Finalment, s'exposen futures línies de treball per tal d'omplir els buits de coneixement presents actualment en la vinculació entre turisme i gènere.

**Paraules clau:** Desigualtats, feminisme, pedagogia, perspectiva de gènere, turisme.

## **ABSTRACT**

The tourism industry, as an economic sector present around the planet, is part of the global power structures and interacts both reproducing their own barriers and creating the possibility of reducing poverty. On the other hand, gender perspective, coming from multiple feminist discourses, is transversal and multidisciplinary, thus becoming a platform that allows for the reality to be read with new criteria. In this case, applying this holistic vision to tourism implies the review of a great number of dynamics of the industry, as well as structural facts that are reproduced in the tourism industry. Feminism allows focusing on gender inequality in the centre of the analysis, in order to understand the ways in which they reproduce in the industry and the resources available to reduce them.

The goal of this Final Degree Project is the creation of an optional subject that enables the implementation of gender perspective in the university; with the goal of strengthening critical thought and building new perspectives to boost inclusive and sustainable tourism. The methodology of this investigation is a critical review of 836 articles selected from the Scopus database, through the main themes and debates of this area of knowledge have been identified. Taking into account these results, the optional subject programme has been created and, afterward evaluated through two in-depth interviews. Finally, future lines of investigation are detailed in order to fulfill gaps of knowledge in tourism and gender academia.

**Keywords:** Feminism, gender perspective, inequalities, pedagogy, tourism.

## AGRAÏMENTS

En aquest espai m'agradaria agrair a totes aquelles persones que m'han ajudat a la realització d'aquest projecte, ja sigui de forma directa o indirecta.

En primer lloc, el meu agraïment a les dues persones que han guiat aquest projecte. Els seus consells, assessorament i suport continu han estat indispensables per arribar a culminar un projecte que sense elles mancava d'estructura. Gràcies per l'acompanyament, les pauses per ressituat les idees, i per la confiança permanent que m'ha permès treballar amb seguretat.

En segon lloc, agrair al Campus Universitari CETT-UB l'oportunitat de realitzar aquest Projecte.

En tercer lloc, agrair al professor Ernest Cañada Mullor i a la Dra. Berezi Elorrieta Sanz la mirada crítica i les aportacions detallades, que han atorgat un valor incalculable al resultat final d'aquesta investigació. El meu agraïment també al president d'Alba Sud, Àlex Rodríguez, per les seves orientacions i paciència, que han estat la base necessària per seguir construint aquesta investigació.

En quart lloc, a la família i a les amistats que regalen suport incondicional. A qui m'assegura que el temps és relatiu, a qui em tira endavant tot i que no he sabut transmetre on vaig, a qui em recorda l'orgull de reivindicar el dia a dia.

Finalment, gràcies a totes les lluitadores que ens han fet possible arribar fins aquí, aquelles que no tenen monuments, plaques ni places al seu nom. Les imprescindibles.

***For most of history, anonymous was a woman***  
**Virginia Woolf**

## ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ.....	1
2. OBJECTIUS.....	3
2.1. Objectiu general.....	3
2.2. Objectius específics.....	3
3. MARC TEÒRIC.....	4
3.1 Gènere i feminismes avui.....	4
3.1.1. <i>Conceptes bàsics</i> .....	4
3.1.2. <i>Les onades feministes</i> .....	6
3.2. Turisme i gènere.....	10
3.2.1. <i>ODM i ODS: els documents que marquen el camí</i> .....	11
3.2.2. <i>Les aportacions acadèmiques a l'àmbit del turisme i el gènere</i> .....	12
3.3. Pedagogia queer.....	14
4. ESTAT DE LA QÜESTIÓ.....	15
4.1. Incorporant la perspectiva de gènere a les aules universitàries.....	15
4.2. Acadèmia turística amb perspectiva de gènere.....	17
4.3. El coneixement de gènere actual al CETT.....	19
5. METODOLOGIA.....	21
5.1. Revisió bibliogràfica.....	21
5.2. Fase propositiva.....	23
5.3. Fase de validació.....	23
6. RESULTATS.....	25
6.1. Revisió bibliogràfica.....	25
6.1.1. <i>La perspectiva de gènere aplicada a qui viatja</i> .....	25
6.1.1.1. Experiències prèvies al viatge.....	25
6.1.1.2. Experiències durant el viatge.....	28
6.1.1.3. Experiències posteriors al viatge.....	31
6.1.2. <i>La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic</i> .....	32
6.1.2.1. Visibilitat.....	32
6.1.2.2. Màrqueting.....	33
6.1.2.3. Sexualització.....	35
6.1.2.4. Maternitat subrogada.....	36
6.1.2.5. LGTBI+.....	38
6.1.3. <i>La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local</i> .....	41
6.1.3.1. Canvis en l'entorn físic.....	41
6.1.3.2. Canvis en l'entorn social.....	43
6.1.3.3. Canvis en l'entorn productiu.....	48

6.2. Programa i metodologia provisional de l'assignatura .....	53
6.2.1. <i>Programa provisional de l'assignatura</i> .....	53
6.2.2. <i>Metodologia provisional de l'assignatura</i> .....	58
6.3 Anàlisi de les entrevistes en profunditat .....	60
6.4. Proposta definitiva del programa i metodologia.....	63
6.4.1. <i>Programa definitiu de l'assignatura</i> .....	63
6.4.2. <i>Metodologia definitiva de l'assignatura</i> .....	68
7. CONCLUSIONS.....	71
7.1. Conclusions i consideracions finals .....	71
7.2. Assoliment dels objectius plantejats .....	72
7.3. Aportacions de la investigació a l'àmbit acadèmic .....	72
7.4. Implicació del projecte .....	72
7.5. Dificultats i limitacions durant el projecte.....	73
7.6. Propostes de futures línies de recerca .....	73
ÍNDIX D'IMATGES .....	100
ÍNDIX DE TAULES .....	101
ÍNDIX DE GRÀFICS .....	102
ANNEX 1: GUIÓ DE L'ENTREVISTA .....	103
ANNEX 2: ENTREVISTA AMB ERNEST CAÑADA MULLOR.....	104
ANNEX 3: ENTREVISTA AMB LA DRA. BEREZI ELORRIETA SANZ .....	112
ANNEX 4: Matriu d'entrevistes .....	118

## 1. INTRODUCCIÓ

El turisme és un sector de llarga trajectòria, amb actors diversos, i interrelacionat amb un elevat nombre de disciplines, especialment les de l'àmbit social. És per aquest motiu que la indústria turística pot ser entesa com un sistema d'actors que, a causa de la seva naturalesa variada, inclou dinàmiques i característiques variades (Holden, 2005). En aquest sentit la indústria turística forma part de les estructures globals, tant reproduint les barreres que aquestes comporten, com alhora situant-se com una oportunitat per a la reducció de la pobresa (Moreno i Cole, 2019).

La perspectiva de gènere, provinent de múltiples corrents feministes, és integral, transversal i multidisciplinària, per la qual cosa es situa com una plataforma que permet llegir la realitat amb una altra mirada. En aquest cas, aplicar aquesta visió holística al turisme suposa la revisió de gran nombre de dinàmiques pròpies de la indústria, així com també de fets estructurals que es reproduïxen en l'activitat turística. El feminisme, doncs, permet situar les desigualtats de gènere al centre de l'anàlisi, per tal d'entendre de quines maneres aquestes es reproduïxen en la indústria turística i quins recursos existeixen per a reduir-les.

Tot i les aportacions tant actuals com potencials de les teories feministes al turisme, l'estudi del turisme en perspectiva de gènere és un àmbit que es comença a estudiar recentment, a partir dels anys 90, i actualment suposa un 10% dels estudis publicats en l'àmbit turístic (Figueroa et al., 2015). És per aquest motiu que es fa necessari plantejar-se la integració de la perspectiva de gènere a l'aula, per tal de poder prendre consciència d'aquesta lectura i, alhora, dibuixar les primeres passes cap a la transversalització d'aquesta mirada al Grau en Turisme. El creixent interès que desperta la perspectiva de gènere dins la producció científica turística és mostra inequívoca de la necessitat d'estudiar aquest vincle, aquest cop des de la literatura catalana.

La principal motivació per emprendre aquest Projecte Final de Grau és la profunda convicció de l'autora que l'aplicació de les teories feministes a l'àmbit turístic poden donar resposta a un gran nombre tant de preguntes com de demandes que s'estenen a àmbits variats i amplis. Traslladar tot aquest coneixement a les aules és el primer pas per a trencar estructures que ens han quedat petites, una gran oportunitat per a ser més persones i més unides les que puguem dedicar-nos a entendre el turisme d'una altra manera.

L'estructura d'aquest Projecte de Final de Grau defineix, en un primer moment, l'objectiu general i els objectius específics. A continuació es presenta un marc teòric dedicat a conceptes bàsics en l'àmbit del gènere i els feminismes, de la relació entre el turisme i la perspectiva de gènere i, finalment, de la pedagogia queer. Seguidament es recull un estat de la qüestió que pretén justificar la necessitat d'implementar el coneixement feminista a l'aula. A l'apartat de metodologia s'explicita el tipus

d'investigació i el procés utilitzat per tal d'obtenir els resultats, que s'exposen a l'apartat següent. Finalment, es recullen les conclusions i consideracions finals, s'analitza el compliment dels objectius i les limitacions que ha comportat la investigació, l'aportació a l'àmbit acadèmic, i es suggereixen futures investigacions per tal d'augmentar la producció de coneixement en aquest àmbit.

Per últim, cal explicar dos fets en relació amb la redacció d'aquest Projecte. En primer lloc, es desobeeix (i es proposa la seva desobediència passat l'any 2022, on l'ús dels accents diacrítics passarà a ser considerat una falta d'ortografia) la simplificació dels accents diacrítics impulsada per l'Institut d'Estudi Catalans, proposada el 29 de setembre de 2016 i ratificada el 17 de novembre del mateix any. A part de la consideració que l'ortografia catalana no demanava tal retallada, en un projecte com aquest no tindria cap sentit perdre la diferència bàsica entre dona i dóna. En segon lloc, respecte els debats lingüístics que envolten la polèmica entre els plurals genèrics masculins, femenins o neutres, en aquesta proposta s'apostarà pel plural femení genèric. Aquesta decisió es pren entenent que, si bé el genèric neutre hauria de ser la manera d'englobar-nos a totes, la realitat imperant ens indica dia a dia que algunes seguim invisibilitzades. Per tal de denunciar i subvertir aquesta situació, el plural femení genèric es situa com a opció lingüística política.



## **2. OBJECTIUS**

### **2.1. Objectiu general**

L'objectiu general d'aquest Projecte Final de Grau és crear el programa d'una assignatura optativa sobre turisme i gènere. Aquesta investigació es presenta com una primera aproximació per tal de conèixer els principals àmbits de recerca i de debat en relació amb els camps del turisme i el gènere.

És un estudi que té la intenció de veure quines han estat les temàtiques, les investigacions i les perspectives emmarcades en la intersecció de turisme i gènere des de l'any 2011 fins l'actualitat; tenint en compte el paral·lelisme entre el creixent interès acadèmic i el social.

Tenint en compte el pla d'estudis del Campus Universitari CETT-UB, l'aposta per implementar una optativa en el Grau de Turisme respon a tres motius. En primer lloc, aquesta proposta dona pas a la visibilització de la temàtica de turisme i gènere, permetent, al mateix temps, que l'alumnat l'esculli dins d'un ventall ampliat d'assignatures. En segon lloc, les matèries optatives són de més fàcil implementació, ja que no suposen la reforma integral del grau universitari. Finalment, davant de la dificultat de transversalitzar els estudis de gènere dins de l'àmbit turístic, aquesta nova optativa permet apropar aquestes dues disciplines, sovint allunyades una de l'altra.

### **2.2. Objectius específics**

#### **1. Identificar els àmbits del turisme on es pot aplicar la perspectiva de gènere i les dimensions que avarca.**

Aquest projecte es presenta com un estudi exploratori que pretén sistematitzar quines han estat les branques de la recerca de les investigacions acadèmiques en aquest àmbit. Un cop descrites les diverses línies de recerca s'aspira a construir un marc teòric que permeti desenvolupar futures investigacions.

#### **2. Definir els diferents components pedagògics de l'assignatura Turisme i Gènere.**

En aquest treball es pretenen implementar noves metodologies a l'aula a través de les quals explorar diferents formes de transmetre el coneixement, com és la pedagogia. Aquesta metodologia d'ensenyament-aprenentatge i d'avaluació a l'aula permet canviar els esquemes presents fins ara al sistema educatiu, en aspectes com l'avaluació, les competències i els resultats d'aprenentatge.

### 3. MARC TEÒRIC

L'objectiu d'aquest apartat és fer una primera aproximació als conceptes bàsics que conformen l'estudi del gènere, de les teories feministes aplicades al turisme i, finalment, de la pedagogia queer proposada com a metodologia a l'aula. D'aquesta manera, el marc teòric servirà com a fonament per a poder construir un programa d'assignatura que contempli perspectives diverses a nivell geogràfic, de corrent de pensament i, per tant, sigui holístic.

#### 3.1 Gènere i feminismes avui

Aquest apartat es planteja com una primera aproximació i introducció als estudis de gènere des d'una perspectiva feminista. En primer lloc es defineixen una sèrie de conceptes bàsics que formen part dels estudis de gènere. En segon lloc s'expliquen les reivindicacions feministes des d'una vessant històrica. A través d'aquests fonaments es pretén obrir un primer espai de reflexió per tal de poder establir-hi connexions amb el turisme posteriorment.

##### 3.1.1. Conceptes bàsics

L'Institut d'Estudis Catalans contempla fins a 19 usos diferents pel terme **gènere**; entre els que se'n destaquen tres tenint en compte la temàtica d'aquest projecte.

1. Els éssers humans considerats col·lectivament
2. Sexe en funció dels trets, dels rols i de les funcions que li són culturalment associats.
3. Locució: – de gènere. Per raó de sexe. Discriminacions de gènere.

Per altra banda, la definició del concepte **perspectiva de gènere** apareix a la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes. La definició és la següent: la presa en consideració de les diferències entre dones i homes en un àmbit o una activitat per a l'anàlisi, la planificació, el disseny i l'execució de polítiques, tenint en compte la manera en què les diverses actuacions, situacions i necessitats afecten les dones. La perspectiva de gènere permet de visualitzar dones i homes en llur dimensió biològica, psicològica, històrica, social i cultural, i també permet de trobar línies de reflexió i d'actuació per erradicar les desigualtats.

Per altra banda l'Institut d'Estudis Catalans defineix tres usos diferents pel terme **feminisme**, entre els quals se'n destaquen dos atès que el tercer pertany al camp de la biologia:

1. Moviment social que denuncia la submissió tradicional de les dones als homes i promou l'equiparació de drets entre els dos gèneres.
2. Conjunt de teories que al llarg del temps fomenten la lluita de les dones a favor de l'emancipació.

A l'hora de parlar de gènere, en relació amb qualsevol altra temàtica, és imprescindible fer referència al concepte de **patriarcat**. El diccionari de Cambridge defineix patriarcat com la societat controlada pels homes on aquests utilitzen el seu poder en benefici propi. Així doncs, com afirma Anna Gabriel, posar en dubte el patriarcat suposa la confrontació amb les estructures de poder històriques, estretament vinculades a les jerarquies, la dominació i, per tant, al capitalisme (Vidal, 2016).

Un altre concepte que apareix amb freqüència en els estudis de gènere és el d'**interseccionalitat**. Aquest terme fou encunyat per l'advocada, activista pels drets civils i professora universitària Kimberlé Crenshaw. L'any 1989 publica *Demarginalizing the intersection of race and sex: a Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics*, on analitza i descriu les diverses formes en què la raça i el gènere interactuen i multipliquen les opressions que pateixen les dones negres (Crenshaw, 1989). Actualment, a més, els avenços en les diverses lluites socials han resignificat aquest concepte, utilitzat en un espectre més ampli per tal d'analitzar on el poder arriba, es creua i col·lisiona, en termes de gènere, orientació sexual, edat, raça, colonialisme, o classe, entre d'altres (Crenshaw, 2017). Partint d'aquest concepte s'inclouen totes aquelles identitats que no responen a la norma hegemònica, i per tant s'inclouen tant homes com dones que amplien el focus de la realitat (Khoo-Lattimore et al., 2019), tant com per aspectes com els mencionats com també en termes de persones no neurotípiques, cegues, sordes o amb mobilitat reduïda, a tall d'exemple.

Així doncs, l'interseccionalitat analitza la marginació de diversos grups socials des d'un punt de vista global, que té en compte les interconnexions entre els diversos factors que causen les desigualtats (Expósito, 2012). La visió ampliada que suposa el concepte d'interseccionalitat parteix de la necessitat de trencar amb el discurs feminista hegemònic, el del privilegi blanc del Nord Global, que exclou discursos provinents d'altres pensaments i zones geogràfiques. Altres autors debaten, però, que la compartimentació de l'objectiu del feminisme en diverses branques pugui arribar a crear dinàmiques d'exclusió entre elles, enlloc d'espais de trobada (Narayanawamy, 2016).

Tenint en compte la definició de feminisme i el concepte d'interseccionalitat, i seguint aquesta discussió, apareix un debat en els estudis de gènere sobre la necessitat de parlar de **feminisme o de feminismes**. Les veus sorgides de l'acadèmia sovint coincideixen en l'aposta per un feminisme més ampli que englobi totes les sensibilitats, amb l'objectiu de mantenir un marc teòric únic i universal més ric (Castañeda, 2016). Per altra banda, però els discursos socials poden distar de l'acadèmia, establint que parlar de feminismes és la millor manera de reconèixer totes aquelles visions existents que aconseguixen treure a la llum les que fins ara han estat a l'ombra, ja sigui a nivell social com acadèmic. Una gran mostra d'aquesta concepció és la creació de l'exposició temporal al CCCB que agrupa obres de l'avantguarda feminista dels anys setanta sota el títol FEMINISMES!, defensant que els feminismes actuals són massa plurals per recollir-los en un sol relat.

Seguint aquest argumentari, els feminismes actuals apareixen amb nom i cognom, en funció de quin sigui el subjecte polític que es situa al centre. Alguns exemples, dins la constel·lació de moviments

existents i a tall de mostra poden ser el feminisme gitano; el feminisme àrab; el feminisme lèsbic; el transfeminisme, altament vinculat a la teoria queer; l'ecofeminisme, el feminisme digital; el feminisme indígena, o el feminisme decolonial, entre d'altres.

Tot i el gran nombre de moviments existents que conflueixen en discursos i espais, el cert és que cal mantenir sempre l'alerta per a no caure en el discurs hegemònic. El risc de fer-ho és la **invisibilització** de persones i col·lectius que queden automàticament apartades dels objectius de la reivindicació feminista, marginant-les, situant-les a les fronteres. Hi ha autores que han apostat per la reapropiació d'aquestes fronteres simbòliques, com ara l'assagista, poeta i activista xicana Gloria Anzaldúa. En la seva obra *Borderland*, Anzaldúa (1987) proposa, construint el camí que dos anys més tard formalitzaria Crenshaw, que el subjecte polític del feminisme ha de deixar de ser la dona blanca cis-heterosexual arrelada des de fa generacions al Nord Global. És per això que l'autora reivindica la frontera com a espai que permet el naixement de noves concepcions teòriques i de noves epistemologies (Anzaldúa, 2012).

A més, no n'hi ha prou amb analitzar i cedir els espais a aquelles que fins ara o no han tingut representació o ha estat minoritària, sinó que és necessària una autocrítica que arribi a analitzar qui són les **absents**. Per a les absents s'entenen totes aquelles persones de les que senzillament no arribarem a obtenir el seu testimoni, ja sigui a nivell històric o en clau de present: no tindrem mai el testimoni de totes aquelles dones a qui les seves societats van apartar, així com tampoc el tindrem de totes aquelles que actualment no tenen els mitjans per expressar la seva veu (com ara les dones que no han tingut i no tenen accés a la lectura i l'escriptura) (Barberà i Rodríguez, 2019).

### **3.1.2. Les onades feministes**

El moviment feminista és de gran complexitat, i ha anat evolucionant al llarg del temps en funció de les reivindicacions de cada moment. Al llarg dels segles les reivindicacions han estat centrades en aspectes com la propietat, els contractes legals, el dret a vot, l'autonomia, la integritat física, l'avortament i els drets sexuals reproductius, la lluita contra la violència domèstica, l'assetjament sexual i les violacions, els drets laborals i, en general, qualsevol forma de discriminació cap a les dones. És per aquest motiu que, històricament, el feminisme es pot dividir en quatre fases, les anomenades onades feministes. Tot i aquesta categorització, el cert és que les reivindicacions feministes s'inicien amb anterioritat a la primera onada feminista; així que tota aquesta producció i referents queden situats en l'etapa del protofeminisme.

#### **Protofeminisme**

Tot i que formalment s'apunta a Mary Wollstonecraft per a situar l'inici del feminisme teòric, el cert és que l'autora va beure d'un gran nombre de referents i de línies de treball que la van precedir. A continuació es citen les autores més destacades des de l'Antiga Grècia fins l'Època Moderna, sovint invisibilitzades pel fet de no ser incloses en el feminisme considerat històric. D'aquesta manera les

referents protofeministes es presenten com a produccions aïllades, desvirtuant el naixement gradual d'un moviment social i teòric conjunt.

Aquesta llarga època l'inicia Safo (aproximadament 630 aC – 570 aC), poetessa grega que destaca per la seva producció artística i pel fet de viure obertament el seu lesbianisme (DuBois, 2019). Durant aquesta etapa es consideren referents tant aquelles dones que van reivindicar la igualtat de dones i homes amb produccions teòriques com també aquelles que van atrevir-se, des de diverses disciplines, a trencar les normes socials.

Més endavant, ja en Època Medieval, destaquen referents diversos: Hildegarda de Bingen (1098 – 1179), monja Benedictina, escriptora, compositora i científica alemanya que va proposar la predicació de la teologia amb perspectiva de gènere (Ramos, 2003); Elionor d'Aquitània (1137 – 1204), qui va lluitar per mantenir les seves terres i propietats i per aconseguir el divorci amb el que seria el futur rei de França Lluís VII (Rank, 2013); Bettisia Gozzadini (1209 – 1261), jurista i primera dona docent universitària, concretament a la Universitat de Bolonya (Eco, U., s.d.); Christine de Pisan (1364 – 1430), poeta i escriptora alemanya que va publicar tractats filosòfics que van donar inici a un moviment conegut com *la querella de les dones*, on tant homes com dones cultes van proposar la creació d'una nova etimologia que reflectís millor les relacions socials entre ambdós gèneres (Cantavella, 1987); o Laura Cereta (1469 – 1499), humanista italiana centrada en defensar l'accés a l'educació de les dones i les nenes i que va problematitzar l'opressió simbòlica del matrimoni (Brooklyn Museum, 2014).

Per altra banda, en Època Moderna, trobem referents com Modesta Pozzo, coneguda pel seu pseudònim Moderata Fonte (1555 – 1592), escriptora italiana reconeguda per la seva obra *Il merito delle donne*, on reivindica la llibertat de les dones i el seu valor intrínsec. (Seminari Filosofia i Gènere, s.d.); Marie de Gournay (1565 – 1645), escriptora francesa reconeguda per dues novel·les: *Égalité des homes et des femmes* (1622) i *Grief des dammes* (1626), on defensa el dret a l'educació de dones i nenes (Querelle, s.d.); Olympe de Gouges (1748 – 1793), escriptora francesa que va publicar *Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne* l'any 1791 en resposta a *Declaració dels Drets de l'Home i del Ciutadà* sorgits durant la Revolució Francesa (Kuiper, s.d.); o Anne Lister (1791 – 1840), terratinent benestant anglesa que l'any 1840 es casà amb Ann Walker d'amagat i arriscant les seves vides, vivències que va plasmar en un diari encriptat que avui formen part del Patrimoni Mundial de la UNESCO (Calderdale Museums, s.d.).

### **Primera onada feminista**

La primera onada feminista destaca per ser el primer moment de la història on el feminisme passa a ser teòric. Situar l'inici exacte de la **primera onada feminista** és una qüestió que genera un gran debat i desacord en els estudis de gènere, ja que hi ha una profunda divisió: mentre que algunes estudioses afirmen que s'inicia amb la publicació de *A Vindication of the Rights of Woman* (1792), de Mary Wollstonecraft; altres afirmen que s'inicia l'any 1848 amb la Convenció de Seneca Falls, la primera

convenció pels drets de les dones; i una tercera visió afirma que la primera onada feminista coincideix amb el sorgiment del moviment sufragista. Així doncs, en les revisions històriques, institucions com l'Enciclopèdia Britannica situa l'inici de la primera onada l'any 1792, coincidint amb els canvis que comporta la Revolució Francesa de 1789, i subdivideix aquesta època històrica en els esdeveniments mencionats anteriorment (Brunell i Burkett, 2019).

A part de Wollstonecraft, hi ha altres noms propis destacables en relació amb als dos altres fets històrics, com poden ser l'abolicionista Sojourner Truth, nascuda en esclavitud, i el seu aclamat discurs *Ain't I a Woman?*; l'activista abolicionista i organitzadora de la Convenció de Seneca Falls, Lucretia Mott; o les activistes polítiques en favor dels drets de les dones Emmeline Pankhurst o Emily Davison, entre moltes altres (Khan Academy, s.d.).

### **Segona onada feminista**

La **segona onada**, iniciada a la dècada dels 60 i estesa fins als anys 90, destaca per la teorització del moviment feminista, on es qüestionen el capitalisme i el patriarcat, fet que va dur a problematitzar els rols socials de la dona. Tot i la fal·lera de les historiadores per a sistematitzar el passat, el cert és que els compartiments no són estancs, motiu pel qual aquesta onada iniciada als anys 60 beu de propostes teòriques com *Le Deuxième Sexe*, de Simone de Beauvoir (1949). És en aquesta etapa on sorgeixen reivindicacions com ara “allò que és personal és polític”, suggerint que les experiències personals són el resultat d'estructures que promouen la desigualtat; “el feminisme és la idea radical que les dones som persones”, popularitzat per l'activista i Black Panther, Angela Davis o el “la lluita feminista és lluita de classes”, reivindicat pels moviments marxistes feministes (Aikau, Erickson i Pierce, 2018).

Aquesta etapa s'emmarca en el context contrari a la guerra civil i al sorgiment/reforç del moviment pels drets civils, és a dir, amb la presa de consciència identitària de diversos grups minoritaris. És en aquest context que Crenshaw formalitza el terme interseccionalitat, fet que atorga major força a les unions del feminisme amb altres moviments, com ara els drets sexuals i reproductius, el Black Power, els moviments d'oposició a la Guerra del Vietnam o el grup NOW, encapçalat per Betty Friedan i que va agrupar diversos moviments feministes. Per bé que la unió en molts casos va ser productiva, alguns grups feministes van creure que la seva lluita estava quedant diluïda, així que van crear organitzacions no-mixtes per tal de crear consciència, com ara *The BITCH Manifesto* o *Sisterhood is Powerful* (Pérez-Garzón, 2011).

### **Tercera onada feminista**

Aquesta nova onada feminista s'inicia a principis de la dècada dels 90, específicament l'any 1992. Un any abans, l'advocada estatunidenca Anita Hill denunciava a televisió que el jutge Clarence Thomas l'havia assetjat sexualment. Seguint el seu testimoni, l'escriptora i activista Rebecca Walker va publicar un article l'any 1992, que va anomenar “Becoming the Third Wave” (Rampton, 2019).

Amb la tercera onada doncs, el feminisme emprèn una vessant individualista, amb l'objectiu de reconèixer la diversitat present en cadascuna i empoderar a les dones atorgant importància a les seves identitats i accions quotidianes. A més, el creixement de les plataformes digitals va propiciar la creació de comunitats virtuals on poder compartir experiències, informació i debats. Durant la tercera onada esclaten les reivindicacions al voltant del concepte d'interseccionalitat, posant al centre la coneguda com a revolució sexual, el transfeminisme, l'ecofeminisme, i la irrupció de la teoria queer en l'àmbit acadèmic; a part de seguir incloent totes aquelles perspectives que s'havien treballat fins al moment (Munro, 2013).

Les maneres de fer visibles la lluita feminista també canvien durant aquestes dècades, incorporant artistes com Jenny Holzer, que treballa tant en espais museístics com en l'espai públic; les Guerrilla Girls, pioneres en analitzar la presència de la dona en l'art; o Sadie Plant, que reclama la presència femenina en un àmbit digital que es troba en creixement (Faciabén, 2019).

És en aquest moment que teòriques com Judith Butler, una de les màximes exponents de la teoria queer, irrompen en el feminisme per a trencar esquemes i obligar a replantejar el moviment. Butler, en el seu assaig *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (2007), qüestiona qui és el subjecte polític del feminisme a través de problematitzar la relació entre sexe biològic i gènere, i en especial, la binarietat imposada, que defensa que no respon a les múltiples realitats existents. És a dir, l'autora proposa revisar el concepte que es dona de la dona per a ampliar-lo i poder incloure un major nombre de realitats.

#### **Quarta onada feminista?: de feminisme a feminismes**

Finalment, i amb gran polèmica, apareix el debat sobre la quarta onada feminista, on tesis oposades defensen que ens trobem en un canvi d'etapa a causa de les possibilitats que ofereixen les plataformes digitals per a treure a la llum relats fins ara menystinguts, mentre que d'altres afirmen que seguim en una tercera onada que actualment ha estat digitalitzada (Munro, 2013).

En el cas de les teòriques que defensen l'inici de la quarta onada, es coincideix en situar-la l'any 2012, on una dona adolescent va ser violada múltiples vegades a Índia, i va morir a causa de les ferides provocades. Aquest fet va despertar mobilitzacions massives tant locals com globals, que marquen l'inici d'una quarta etapa caracteritzada per moviment com el #MeToo, la massificació de les marxes dels 8 de març, o més recentment la cançó *El violador eres tú*, del grup LasTesis (Encyclopaedia Britannica, s.d.).

Tampoc hi ha consens en defensar si les onades són la millor manera d'analitzar i categoritzar el feminisme, argumentant que "la metàfora de l'onada posa en relleu que per cada acció hi ha una reacció. Ara el feminisme és un moviment bastant global, amb manifestacions massives, però alhora hi ha tot un sector de la població, especialment de certes elits, que estan reaccionant de forma molt violenta" (Vilarnau, 2019). L'oposició al *wave construct*, és a dir, a la classificació del moviment

feminista en onades, també s'argumenta tenint en compte que és una proposta americana, i per tant, els moviments i referents que hagin quedat fora d'aquest esquema geogràfic queden oblidats; com passa també amb tot el progrés emmarcat entre les onades (Tarrant, 2006).

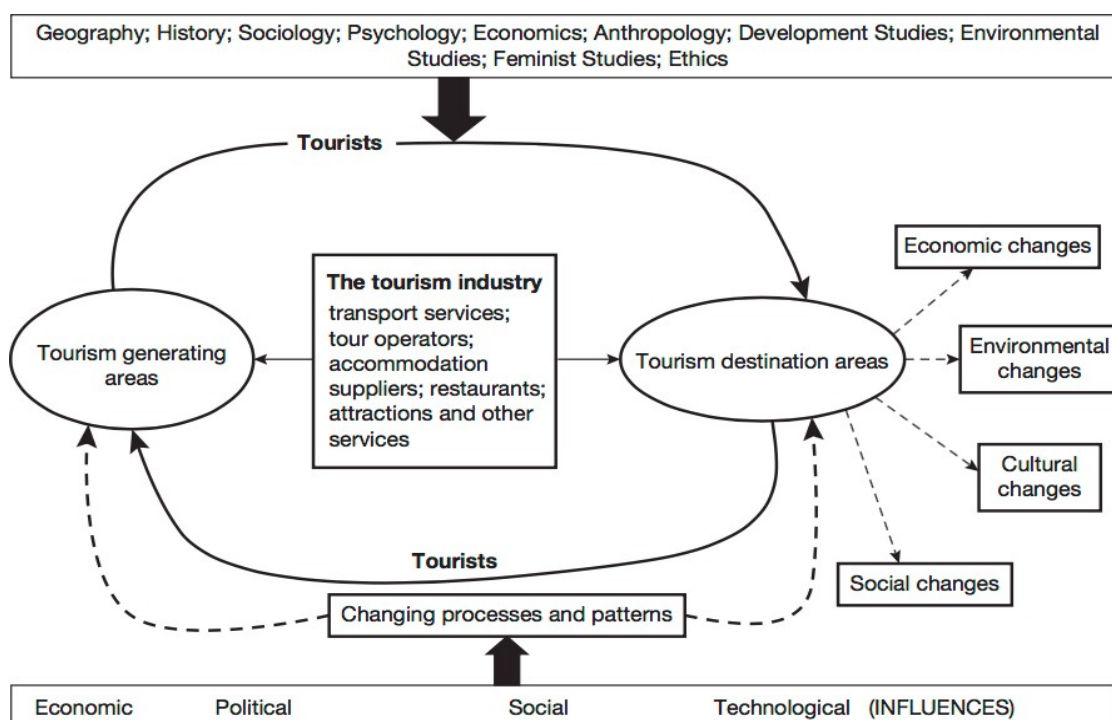
És en aquest marc temporal que apareix el concepte del rentat lila, conegut també com a *purple washing* o *femwashing*, referint-se a aquelles accions, mesures i polítiques que es comuniquen de forma exageradament positiva en referència a l'aplicació de la perspectiva de gènere, donant una imatge irreal al públic. S'acusa el *purple washing* de ser utilitzat com a rentat de cara d'institucions que reproduïxen estereotips patriarcals però emeten un missatge diferent, argumentant que aquesta tècnica és hipocresia (Khoo-Lattimore et al., 2019). Altres termes similars inclouen el *green washing*, per a missatges relacionats amb la sostenibilitat ambiental, o el *pink washing*, per a la publicitat relacionada amb els col·lectius LGTBI+.

### **3.2. Turisme i gènere**

En aquest apartat es pretén justificar la necessitat d'estudiar el gènere dins de l'àmbit del turisme, tenint en compte una visió multidisciplinar i holística. Les fonts consultades són documents d'organismes oficials amb una agenda present i futura on el gènere és un dels seus principals objectes d'estudi, així com també articles científics, entre els quals hi sorgeixen un gran nombre de línies futures d'investigació.

Si bé ha quedat manifesta la complexitat dels moviments feministes, el turisme també pot ser entès com un sistema, una xarxa d'actors i de disciplines que el conformen i el transformen (Page, 1995, citat per Holden, 2005). En aquest sentit Holden (2005) proposa un model que aporta una visió holística de la indústria turística (veure imatge 1) relacionada amb ciències socials diverses sobre les que impacta i de les quals rep impacte.





Imatge 1. Proposta de model integrador del turisme amb altres ciències socials. Font: Holden, 2005

Resulta evident que reassignar la mirada per tal d'aplicar les tesis al conjunt de la indústria turística no pot ser en cap cas una tasca senzilla, i fer-ho aixeca preguntes de tot tipus: quines problemàtiques es poden identificar en l'àmbit turístic?, com s'afronten les múltiples realitats situades arreu del món?, quines realitats han quedat absents en el relat construït fins ara?, quins aspectes són prioritaris?, quines relacions sorgeixen entre les diverses problemàtiques?, quins mecanismes existeixen per a fer-hi front?, quines qüestions són independents dins el turisme i quines suposen un reflex de dinàmiques estructurals?, com es gestionen les discrepàncies dins els moviments feministes i els seus objectius?.

Per tal d'introduir aquest anàlisi, es revisen dos dels documents considerats de major importància a causa del seu impacte global i integral així com també a causa de la seva aplicació actual i en clau de futur, com són els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i l'Agenda 2030. Si bé és cert que no són els primers documents internacionals que permeten unir el turisme i el gènere, repassarem amb brevetat la importància en aquest àmbit del document dels Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni (ODM), per tal de poder repassar l'evolució.

### 3.2.1. ODM i ODS: els documents que marquen el camí

Els Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni es presentaren l'any 2000 amb la doble funció de ratificar els Drets Humans, i alhora establir-se com a instrument per tal de poder implementar polítiques per tal d'arribar a acords i objectius comuns en aspectes diversos. L'Objectiu de Desenvolupament del Mil·lenni 3 explicitava la necessitat d'establir mesures concretes en l'àmbit de l'empoderament de

dones i nenes. La majoria dels indicadors utilitzats giraven al voltant de la paritat entre homes i dones, amb especial èmfasi en l'educació, però també en aspectes com paritat en els escons de diverses institucions públiques o en els salaris (Nacions Unides, 2019).

Els Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni van provocar reaccions diverses entre els moviments feministes, per bé que totes partien de la base que els indicadors establerts no eren suficients (Antrobus, 2006). Hi va haver moviments que van optar per situar-se en contra pel fet que hi detectaven mancances a l'hora de vincular els objectius de gènere amb dinàmiques estructurals, fet que hagués reproduït les problemàtiques. Per altra banda, altres moviments feministes van decidir aprofitar els espais de debat i de treball creats a partir dels ODM per tal de poder implementar-hi millores (Kabeer, 2015). Ferguson (2011) relaciona fets concrets de la indústria turística, altament feminitzada, que quedarien fora dels Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni. En destaca: l'explotació sexual, l'explotació de les treballadores per part de grans cadenes i les múltiples conseqüències sobre les relacions de poder que pot tenir el turisme.

L'any 2015, en motiu de la finalització dels programes previstos pels Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni, es presenten els Objectius de Desenvolupament Sostenible com als principals resultats de la Conferència de Rio. L'Agenda 2030 es planteja com un full de ruta que permeti acotar les polítiques a aplicar per tal d'arribar a complir el conjunt de 17 objectius generals i 169 objectius específics que el conformen. Els ODS es plantegen com un recull indivisible i entrellaçat, pel que les mesures previstes per cada meta s'interrelacionen amb les altres. A diferència dels Objectius del de Desenvolupament Mil·lenni, els ODS són més amplis, incorporen la problematització d'un major nombre de realitats i, per tant, amb un potencial transformador més elevat (Fukuda-Parr, 2016).

L'objectiu número 5 dels ODS és el d'igualtat de gènere i empoderament de la dona. A diferència dels ODM, s'atorga més importància a les violències de gènere, les tasques de cura, la salut sexual i reproductiva, la representativitat femenina i els canvis legislatius; continuant situant el focus principal en l'accés a l'educació (Fukuda-Parr, 2016). A través d'una lectura crítica des de l'àmbit turístic, però, es detecten mancances diverses. En primer lloc, hi són present mancances en la interrelació entre l'objectiu número cinc i altres objectius necessaris per tal d'iniciar certs canvis estructurals: gestió i ús de l'aigua potable, creació de llocs de treball de qualitat dins la indústria turística, assetjament sexual o redistribució de la riquesa. És a dir, la falta d'una perspectiva interseccional provoca buits tant en la literatura acadèmica com en les múltiples realitats (Moreno i Cole, 2019).

### ***3.2.2. Les aportacions acadèmiques a l'àmbit del turisme i el gènere***

Per altra banda, la literatura científica ha tant aprofundit en l'anàlisi dels aspectes proposats als ODM i als ODS, com ampliat el seus horitzons, com també s'ha endinsat en el binomi turisme-gènere. Tot i la multiplicitat creixent de publicacions, els estudis en aquest àmbit es van iniciar a la dècada dels anys 90, suggerint tal vegada que les dinàmiques capitalistes i patriarcals del turisme han dificultat les investigacions (Chambers i Rakić, 2018). La majoria de les publicacions en gènere parteixen de la base

comuna que l'espai turístic ha estat creat a partir de les experiències dels homes blancs occidentals de classe mitjana-alta, fet que ha derivat en una indústria i un espai masculinitzats i racialitzats (Vandergrift, 2008).

Tal i com s'analitza en profunditat a l'apartat anterior, les publicacions científiques han estudiat i estudien un gran nombre de temàtiques des de punts de vista diversos. De forma general, existeixen aquelles investigacions basades en les diferències de comportament i de preferència de les persones que viatgen segons el seu gènere; analitzant els discursos de les destinacions en perspectiva de gènere; i quins són els impactes del turisme en la destinació i especialment en les dones. És destacable la classificació dels tres principals debats acadèmics respecte els impactes del turisme sobre les comunitats locals. La primera visió, definida com a optimista, afirma que el turisme és una oportunitat alhora de generar canvis en els rols de gènere i les dinàmiques de poder, propiciant l'empoderament de les dones de les comunitats. La segona visió, definida com a tècnica correctiva, destaca la importància de planificació del turisme amb perspectiva de gènere per tal de poder dur a terme processos de transformació graduals. La tercera visió, la pessimista, afirma que el turisme reproduïx estructures de desigualtat existents, reafirmant els rols de gènere tradicionals (Cañada, 2019).

Entenent la polarització dels debats, és de vital importància aconseguir traçar un camí futur a seguir en l'àmbit científic. En aquest sentit, Pritchard (2017), afirma que el primer repte és justament l'acadèmia, atès que el major nombre de publicacions en turisme són realitzades per investigadors homes i amb una elevada manca de perspectiva de gènere. A més, els anomenats *alpha scholars*, és a dir, aquells que tenen un major impacte en els circuits acadèmics, són pràcticament masculins en la seva totalitat, amb les implicacions que això suposa tant en la producció del coneixement que se'n deriva com en el mestratge de les futures professionals. Pritchard destaca dues temàtiques concretes més on defensa que els estudis de gènere haurien de posar èmfasi: les violències sexuals i la intel·ligència artificial vinculades al turisme. Per altra banda, però, no és possible discernir les dinàmiques concretament turístiques de les lògiques global, duent a la conclusió que el gran repte actual és el de poder arribar a la interseccionalització i transversalització del turisme amb els estudis de gènere en la seva totalitat (Mura, 2018).

Tenint en compte les diferents visions, doncs, és de vital importància situar la perspectiva de gènere com a element vertebrador que permeti analitzar la indústria turística partint de les desigualtats globals, atès que és un element central que no pot ser tractat de forma marginal (Munar, 2015). Així és possible entendre les dinàmiques que s'hi reproduïxen i les que el turisme retorna a les pròpies estructures. La perspectiva de gènere és bàsica per a poder entendre els perquès de la feminització i sexualització de la indústria turística (Khoo-Lattimore et al., 2019); i és l'eina que permet redreçar desigualtats estructurals enlloc de convertir-les en escenaris de més fàcil maneig (Ferguson i Moreno, 2015).

### 3.3. Pedagogia queer

Aquest darrer apartat del marc teòric d'aquesta investigació s'endinsa en la pedagogia queer com a mètode d'ensenyament a l'aula. La pedagogia queer sorgeix de les bases de la teoria queer, que té com a una de les seves màximes exponents la teòrica Judith Butler, en la seva obra clau *El gènere en disputa* (1990). Aquesta teoria, considerada una corrent feminista, tracta sobre els gèneres, les identitats sexuals i les orientacions sexuals.

La teoria queer parteix de la base que el sistema sexe (biològic: els genitals i caràcters sexuals secundaris) i la identitat de gènere (construcció social, dona/home/gènere no-binari) són elements diferenciats. En base a aquesta concepció es posa en dubte la idea de dona i d'home, apostant per trencar amb el sistema binari del qual es parteix i que continua majoritàriament en funcionament. Així doncs, la necessitat de rebutjar les etiquetes en aquest àmbit porta consegüentment a fer-ho en la resta d'àmbits de les realitats socials; també en la pedagogia. Si bé és cert que desetiquetar tot allò que ens envolta és una utopia, aquesta corrent de pensament ofereix la possibilitat de rellegir la realitat d'altres maneres, atès que si no hi ha etiquetes no hi pot haver res ni ningú que quedi sense representació (Sánchez, 2019).

Tenint com a base aquesta idea, la pedagogia queer, de la mà de la feminista, és crítica amb l'educació hegemònica, ja que la concep com un espai de reproducció de relacions de poder desiguals (Trujillo, 2015). En el moment, doncs en què no existeixen les etiquetes hi ha un gran nombre de dinàmiques a les aules que es sotmeten a revisió; com ara el fet que la figura d'autoritat sigui l'única que pot aportar coneixement, determinant les metodologies; o quines són les realitats que poden ser objecte d'estudi, determinant els continguts (Sánchez, 2019).

És per aquestes bases de la pedagogia queer, que és considerada adequada per ser utilitzada en la proposta d'assignatura plantejada en aquest projecte, situant-la com una pràctica més que com una teoria. Així doncs, l'optativa presentada planteja la inclusió de classes dinàmiques on la figura de l'autoritat sigui reduïda a l'expressió mínima possible, amb metodologies que permetin l'aportació de coneixement per part de les estudiants a l'aula.

## **4. ESTAT DE LA QÜESTIÓ**

L'objectiu d'aquest apartat és analitzar la situació actual en l'àmbit acadèmic del turisme, així com també la transversalització de la perspectiva de gènere a les aules universitàries. Per altra banda, s'estudia l'estat del coneixement actual al Campus de Turisme CETT-UB, específicament en el Grau en Turisme, per tal de poder adequar els continguts de l'assignatura optativa proposada als que actualment s'imparteixen.

### **4.1. Incorporant la perspectiva de gènere a les aules universitàries**

La Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, anteriorment esmentada, dedica l'article 28 a la incorporació de la perspectiva de gènere en l'àmbit universitari. Més concretament, l'article 28.1 recull "la introducció de la perspectiva de gènere d'una manera transversal i dels estudis sobre la contribució de les dones al llarg de la història en tots els àmbits del coneixement i en l'activitat acadèmica i investigadora, que s'han d'incloure en el currículum dels graus i dels programes de postgrau"; així com també "la presentació de les sol·licituds d'acreditació dels graus i postgraus ha d'anar acompanyada d'un informe que detalli, si escau, com s'ha incorporat la perspectiva de gènere en el pla d'estudis o, si no s'ha fet, del pla de millora previst per a fer-ho possible." El següent article, el 28.2 destaca que les universitats "han de garantir la formació de llur personal en matèria de perspectiva de gènere i de les dones en cada una de les disciplines acadèmiques"; mentre que el 28.3 reclama a les universitats "la creació de mòduls o cursos específics en matèria de perspectiva de gènere i de les dones en la proposta curricular obligatòria".

Per tal d'aplicar aquestes mesures previstes, l'any 2018 l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU), va presentar el Marc General per a la Incorporació de la Perspectiva de Gènere en la Docència Universitària. En aquest document es posa de manifest la necessitat d'implementar el gènere en la docència universitària en base a les seves aportacions: la millora de la qualitat docent i la rellevància social dels coneixements, així com també l'aprofundiment en la comprensió de les necessitats, comportaments i actituds del conjunt de la població. Entenent que la perspectiva de gènere implica reorientar els discursos per tal de defugir de l'home com a únic subjecte universal, comporta l'estimulació del pensament crític de l'alumnat.

Per altra banda, respecte als continguts impartits, la perspectiva de gènere té una gran influència especialment en dos àmbits. El primer és sobre el mateix entorn d'aprenentatge, aplicant metodologies i avaluacions inclusives que atenen les necessitats d'un alumnat divers. Ha estat demostrada la perpetuació de rols de gènere a l'aula a través dels mètodes d'ensenyaments utilitzats, com ara el fet que en classes magistrals, grans grups i exposicions a l'aula, l'ocupació de l'espai públic segueix atribuïda als estudiants homes; fet que també es manifesta en les interrupcions al major nombre d'intervencions femenines interrompudes per part d'estudiants masculins. Per últim, les pròpies estudiants manifesten que són les dones les que s'acostumen a encarregar de les tasques invisibles

en els treballs grups, com ara la coordinació, l'organització o la calendarització, sense que les tasques siguin reconegudes (Verge i Alonso, 2019).

El segon àmbit implica la revisió dels continguts impartits a l'aula, per tal d'incorporar aquelles veus i experiències que han estat invisibilitzades i per trencar amb la bretxa de gènere de les obres citades a les guies docents i en la construcció històrica esbiaixada de les disciplines (AQU, 2018). Respecte a les citacions, hi ha postures que defensen que aquestes haurien de visibilitzar el gènere de les autores, per tal d'oferir una major perspectiva en el biaix sobre la producció de coneixement (Munar et al., 2015). Amb aquesta finalitat s'han creat plataformes com ara *Gender balance assessment tool*, que indica el nombre d'autories per gènere d'una bibliografia; o el software *genderize.io*, que facilita el nom complet de les autores de les bibliografies per tal de facilitar-ne la identificació.

En el mateix Marc General es preveu la integració de la dimensió de gènere en la docència universitària al pla d'estudis de les titulacions de forma transversal així com també de forma específica, a través d'assignatures especialitzades, conceptes respectivament coneguts com a transversalització del gènere o *gender mainstreaming* i especialització en gènere o *gender specializing* (Jeffrey, 2017). En aquest document es remarca també la rellevància de la dimensió de gènere en funció de l'àrea de coneixement a la que s'estigui aplicant. El gènere en el turisme, inclòs dins de la categoria "ciències socials i jurídiques", "resulta rellevant en totes aquelles assignatures en les quals la temàtica o els resultats i aplicacions dels continguts afectin directament les persones – en tant que ciutadanes, usuàries de serveis públics, consumidores, audiències, o pobles i cultures – o indirectament a través de la forma en què les institucions i les organitzacions regulen la interacció social. També és rellevant en totes aquelles assignatures en les quals s'utilitzin dades empíriques per conèixer les actituds, valors, comportaments i necessitats de la població." (AQU, 2018).

Aplicar la dimensió de gènere té implicacions diverses en cada àrea de coneixement. A continuació es llisten aquelles que s'atribueixen a l'àmbit del turisme, sota el paraigües de ciències socials i jurídiques (AQU, 2018):

- Realitza anàlisis de les polítiques macroeconòmiques que inclouen les activitats i treballs de les llars (domèstic i de cures).
- Sap realitzar una anàlisi sensible al gènere de la fiscalitat.
- Sap aplicar els instruments de la perspectiva de gènere a l'anàlisi de les organitzacions i en la política de recursos humans (plans d'igualtat, mesures de conciliació, protocols contra la violència masclista, programes de seguretat i salut laboral).
- Sap integrar les condicions i les necessitats de dones i homes i l'enfocament dels drets humans a les polítiques de cooperació al desenvolupament.
- Reconeix i compren el paper de les polítiques macroeconòmiques i de les polítiques socials en la producció i reproducció de les desigualtats de gènere.
- Sap identificar l'impacte diferenciat dels pressupostos sobre els homes i les dones.
- Sap identificar les necessitats i les experiències vitals diferents de dones i homes com a persones usuàries de serveis públics, consumidores, etc.

La integració de la perspectiva de gènere al currículum universitari és, doncs, una peça clau per tal de desenvolupar el pensament crític de l'alumnat i promoure que la seva futura pràctica professional s'estableixi com un mecanisme que no continuï reproduint les desigualtats de gènere (Verge i Alonso, 2019). Tenint en compte que els estudis feministes són d'implementació transversal, és igualment destacable que l'àmbit de les ciències socials i jurídiques es troba feminitzat tant pel que fa als estudis universitaris com pel que fa a estudiants com consegüentment a l'àmbit laboral (Observatori de la Igualtat de Gènere, 2019).

De forma paral·lela, la Llei 11/2014, de 10 d'octubre, per garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals i per erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia, disposa en l'article 12 la necessitat "de vetllar perquè la diversitat sexual i afectiva, la identitat de gènere i els diferents models de família siguin respectats en els diferents àmbits educatius". En l'article 13, dedicat específicament a les universitats, s'estableix que aquestes han de "promoure mesures de protecció, de suport i de recerca per a la visibilitat de les persones LGBTI i el desenvolupament de mesures per a la no-discriminació i sensibilització en l'entorn universitari."

Són diversos els recursos i protocols que diverses universitats catalanes han treballat i aplicat, orientats a protegir els drets del col·lectiu LGTBI+ previstos en la llei esmentada, i que tenen un elevat impacte a l'aula. Un dels documents a treballar en aquest aspecte és la Guia per a la incorporació de la diversitat sexual i de gènere a les universitats catalanes a partir de la Llei 11/2014 (Direcció General d'Igualtat, 2018), on es presenta la situació de les persones que es troben en l'àmbit universitari i que formen part de la comunitat LGTBI+. En aquest document, a més, es defineixen quatre àmbits d'actuació, que són la comunitat universitària, la discriminació i l'assetjament, la docència i la recerca; encaminats tant a la reivindicació de la diversitat a les aules com a la promoció d'iniciatives acadèmiques. També han sorgit altres iniciatives, com ara protocols per prevenir i actuar contra l'assetjament; protocols de canvi de nom legal al nom sentit adreçat a les persones trans; així com convenis interuniversitaris pel trasllat gratuït d'expedient en casos de violència masclista.

#### **4.2. Acadèmia turística amb perspectiva de gènere**

Una de les primeres observacions que es fan en l'anàlisi de la producció científica en turisme és el major nombre d'estudiants femenines, però la recerca en turisme és dominada majoritàriament per homes (Figueroa et al., 2015), tant a nivell de publicacions com de professorat (Jeffrey, 2017). En aquest sentit el biaix és notable: un 75% de les graduades en turisme són dones, mentre que representen un 53% de les acadèmiques (Basurto-Barcia i Ricaurte-Quijano, 2017).

Pel que fa a la pròpia aplicació de la perspectiva de gènere, es detecta una mancança en la profunditat de la perspectiva feminista a l'hora d'analitzar la realitat, atès que en gran nombre de publicacions acadèmiques el gènere és analitzat senzillament com una variant demogràfica, sense tenir en compte aspectes més profunds i sense una mirada interseccional (Mooney, 2017). Diversos estudis afirmen de nou que aquest fet és conseqüència de la pròpia desigualtat que hi ha en l'àmbit acadèmic, com

ara el fet que les publicacions sorgides de la col·laboració entre homes i dones mostres més productivitat, però les publicades a través de col·laboracions entre homes tenen més impacte (Koseoglu et al., 2019); el major nombre de citacions en obres masculines i major tendència a l'autocitació per part dels autors homes (Nunkoo et al., 2019); el baix percentatge de paraules relacionades al gènere en els articles publicats en quatre revistes de gran impacte, concretament un màxim de 5,5% (Small et al., 2017); o la composició majoritàriament masculina de les juntes directives de les revistes acadèmiques d'impacte en l'àmbit turístic, concretament un 75% en les principals 20 revistes (Pritchard i Morgan, 2017).

Per altra banda, resulta fonamental analitzar formes de transmissió del coneixement científic fora de les aules i dels articles acadèmics, com ho són en gran mesura les conferències i jornades. En aquest àmbit persisteix la desigualtat de gènere entre les persones ponents, però més especialment entre les principals oradores o *keynote speakers* (Chen i Tham, 2019). Les conferències, a més, són un espai complex i dinàmic, on cal tenir en compte múltiples factors respecte els rols de gènere fora de l'escenari. Si bé la representació de les dones com a conferenciant és minoritària, és majoritària en les tasques de cura, com són la neteja, el càtering i les cures, desenvolupades per personal de neteja, cambreres i hostesses, mantenint el biaix implícit en la distribució de tasques (Khoo-Lattimore et al., 2019). Alhora, cal tenir en compte també els espais informals de les trobades acadèmiques, on es reforcen vincles entre els participants homes mentre que les dones en són parcialment excloses; les situacions d'assetjament; la percepció de la seguretat precària que manifesten algunes de les participants; o la dificultat d'atendre a les jornades pel fet de ser l'encarregada de desenvolupar les tasques de cura a nivell personal (Mair i Frew, 2016).

El fet que les principals publicacions reproduïxin els patrons patriarcals tradicionals dificulta el canvi de paradigma cap a una docència amb perspectiva de gènere, atès que la producció del coneixement, i per tant també les futures investigacions, els perpetua (Xu i Gu, 2018). Cal destacar amb la mateixa rellevància que a part de ser veus majoritàriament masculines, també són blanques i occidentals, tendint a un marc neo-colonialista (Khoo-Lattimore, 2019). De la mateixa manera, es reproduïxen les metodologies tradicionals, fet que comporta limitar les fonts d'informació i prioritzar el discurs de l'acadèmia per davant de les experiències col·lectives. A tall d'exemple, a través de mecanismes com ara el treball de memòria, tècnica feminista sorgida a l'alemanya dels anys 70 per tal de fer una revisió col·lectiva de les memòries individuals, seria possible incorporar noves veus al discurs acadèmic (Mooney, 2017).

Jeffrey (2017) destaca que més enllà de les dificultats de d'importar la perspectiva de gènere al currículum turístic a nivell universitari, cal tenir en compte també les complicacions que comporta establir un debat a l'aula. En aquest sentit relata el rebuig que es detecta per part d'algunes estudiants i especialment d'alguns estudiants masculins a impartir els continguts a l'aula amb una perspectiva feminista, que intrínsecament aplica un relat de desigualtat estructural per raó de gènere en la indústria. És necessària una aproximació als estudis feministes que tinguin en compte i que arribi a preveure les



possibles posicions contràries, sovint fonamentades en idees preconcebudes o estigmatitzades de què són els corrents feministes (Munar, 2017).

Sumant-se a aquestes reflexions, Munar (2017), afegeix que una problemàtica a tenir en compte és la manca de coneixement del professorat respecte la perspectiva de gènere, motiu pel qual defensa la implementació especialitzada del gènere en els currículums turístics com a punt de partida per a passar a transversalitzar el coneixement. És per això que és necessària la formació de professorat que permeti treure a la llum models de referència femenins, tant històrics com actuals, que transformin els esquemes mentals col·lectius sobre qui són les persones de referència i per tant, a llarg termini, contribueixen al canvi de la situació actual (Gretzel i Bowser, 2013). Les mateixes autores destaquen la importància de no emascarar les dificultats que han de superar les dones per a fer front als obstacles imposats per les estructures desiguals que influeixen, també, a la indústria turística.

#### **4.3. El coneixement de gènere actual al CETT**

Per tal d'analitzar de quina manera la perspectiva de gènere és integrada al Grau en Turisme al CETT s'han analitzat els programes de les assignatures que s'imparteixen al llarg dels quatre anys en totes dues mencions, turística i hotelera. S'han analitzat els apartats de l'assignatura que tenen relació amb els coneixements que s'impartiran a l'aula, com són *breu descripció de l'assignatura; competències bàsiques, generals i específiques* i, finalment, *continguts temàtics*. Per altra banda s'han analitzat les lectures que es proposen com a complementàries, agrupades a l'apartat *fontes d'informació bàsica*. Per tal d'assegurar una visió completa sobre els gènere s'han detectat les següents paraules en cada programa: gènere, feminisme, dona i dones.

Els primers dos anys del Grau en Turisme al CETT són compartits entre aquelles estudiants que, posteriorment, escolliran especialitzar-se en Direcció Turística o en Direcció Hotelera. D'aquesta manera el primer curs és format per set assignatures de sis crèdits (Comptabilitat en les Empreses Turístiques, Dret Turístic, Economia Turística, Geografia del Turisme, Bases d'Investigació en Turisme, Turisme i Patrimoni, Introducció a l'Especialitat en Direcció Hotelera/Turística); i dues de nou crèdits (Turisme Global i Comunicació en Anglès: iniciació).

El segon curs manté un esquema idèntic, amb set assignatures de sis crèdits (Gestió Econòmica-Financera en les Empreses Turístiques, Investigació de Mercats, Màrqueting Estratègic i Operatiu, Política Turística, Anàlisi de les Destinacions Turístiques, Mobilitat Turística, Comunicació en Segona Llengua Estrangera) i dues de nou (Comunicació en Anglès en Turisme: Nivell Intermedi i Pràcticum I: Iniciació).

Les assignatures comunes entre les dues mencions al tercer curs són dues de sis crèdits (Comercialització i Comunicació Turística, i Organització d'Empreses Turístiques i Gestió de les Persones) i dues de nou crèdits (Comunicació en Anglès en Turisme: Nivell Avançat, i Pràcticum II: Implicació). Pel que fa a les assignatures específiques per Direcció Turística n'hi ha dues de sis crèdits

(Empreses de Serveis Turístics i Planificació Turística) i una de tres crèdits, Creació de Productes Turístics i Productes Culturals. Per altra banda, les assignatures de Direcció Hotelera són dues de sis crèdits (Gestió de la Restauració, i Organització Hotelera) i una de tres crèdits (Gestió d'Allotjament).

El quart curs del Grau contempla dues assignatures comunes: la primera, de sis crèdits, Desenvolupament de Competències i de l'Esperit Emprenedor en el Sector Turístic i el Treball Final de Grau, de 30 crèdits. Com a especialització, Direcció Turística compta amb dues assignatures de sis crèdits (Gestió de Projectes Turístics, i Gestió Sostenible en les Destinacions Turístiques), talment com a Direcció Hotelera (Direcció Estratègica i Financera en Organitzacions turístiques, i Revenue Management).

Per altra banda, ambdues direccions compten amb assignatures optatives de tres crèdits que tenen per objectiu oferir una oferta acadèmica adequada a les necessitats de les estudiants de cada menció. En el cas de Direcció Turística són un total de 16 assignatures: SMART Tourist Destinations; Desenvolupament, Cooperació i Turisme; Turisme Urbà i Gestió Local; Turisme i Paisatge; Cartografia Turística i Eines Digitals; Cine i Literatura al Turisme; Mediació Turística-Cultural; Turisme Eno-Gastronòmic; Excel·lència en la Recerca; Gestió d'Empreses de Transport; Intermediació Turística; Innovació i Emprenedoria: Estratègies per al Desenvolupament Empresarial; Nous Mercats Turístics Emergents i Claus de Competitivitat; Models i Estratègies d'Expansió en Negocis Turístics; Gestió del Turisme de Negocis i, finalment, Gestió de la Qualitat i Desenvolupament Sostenible en el Sector Turístic.

Les assignatures optatives de Direcció Hotelera són un total de 12, també de tres crèdits cadascuna: Disseny d'Establiments Turístics; Gestió d'Actius Immobiliaris en Turisme; International Hospitality Management; Modalitats d'Allotjament Extrahoteler: Particularitat i Models de Gestió; Gastronomia; Disseny d'Espais Experiencials en el Sector de la Restauració; Gestió de Restauració en Esdeveniments; e-Màrqueting en el Sector Hotelier; Gestió de Ventes en Empreses Hoteleres; Gestió de la Distribució en el Sector Hotelier; Gestió de Clients Relacions Públiques i, finalment, Protocol i Esdeveniments.

Per últim, les estudiants d'ambdues mencions tenen la possibilitat d'escollir altres cinc assignatures, de nou de tres crèdits cadascuna: Disseny i Gestió Web en Empreses Hoteleres; Organització de Congressos i Esdeveniments; Potenciació de la Comunicació en Llengua Estrangera en Turisme i, finalment, Potenciació de la Comunicació en Llengua Estrangera en Turisme II.

Al llarg del Grau, doncs, es comptabilitza un total de 66 assignatures. El resultat final és una menció a les relacions de gènere a un programa d'assignatura, concretament l'optativa Desenvolupament, Cooperació i Turisme, impartida pel professor Ernest Cañada.

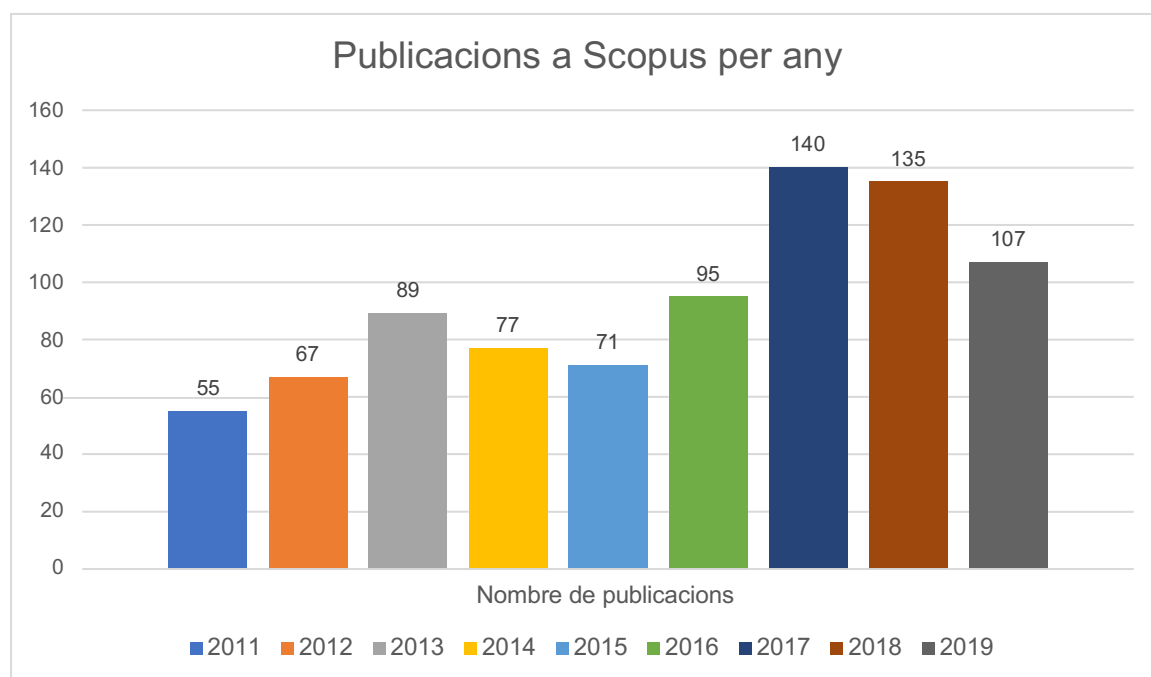
## 5. METODOLOGIA

En el següent apartat es descriu el procés que s'ha dut a terme en aquesta investigació aplicada per tal d'elaborar el programa de l'assignatura.

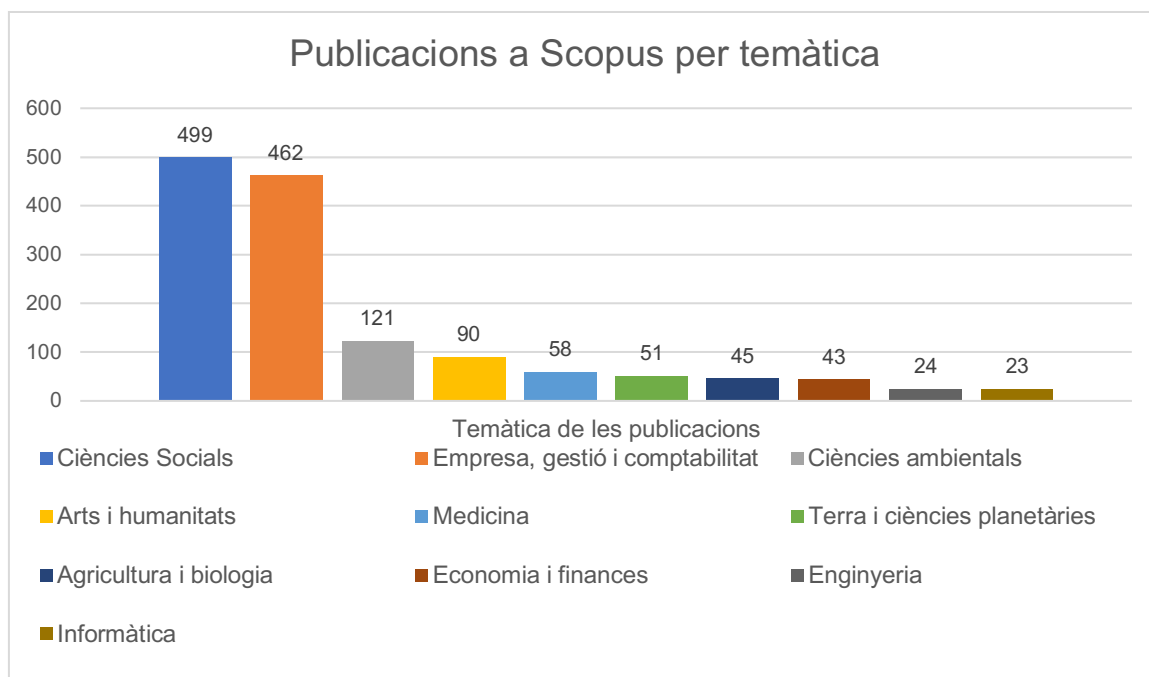
### 5.1. Revisió bibliogràfica

En primer lloc s'ha usat una revisió de la literatura acadèmica a través de Scopus. L'objectiu de la revisió bibliogràfica és identificar quins han estat i són els àmbits d'estudi en la recerca sobre turisme i gènere. Scopus és una base de dades bibliogràfiques de resums i cites d'articles acadèmics que permet accedir a revistes científiques internacionals i disciplines diverses. Aquesta és una base de dades reconeguda en l'àmbit acadèmic que agrupa publicacions a nivell global, establint com a idioma comú l'anglès, tant pels *abstracts* com per les paraules clau dels articles. D'aquesta manera, una cerca realitzada amb els termes en anglès agrupa la totalitat dels articles que hi facin referència, independentment de l'idioma de la publicació.

D'altra banda, Scopus permet utilitzar filtres diversos per poder obtenir uns resultats de cerca més ajustats a la necessitat del projecte. Així doncs, per tal de realitzar la revisió bibliogràfica es van utilitzar els termes "tourism AND gender", el dia 7 d'octubre de 2019, limitant les cerques a articles publicats entre els anys 2011 i 2019 amb la finalitat d'obtenir un nombre final de publicacions sobre els quals fos possible treballar tenint en compte la limitació temporal. D'aquesta manera el resultat final va ser de 836 articles científics.



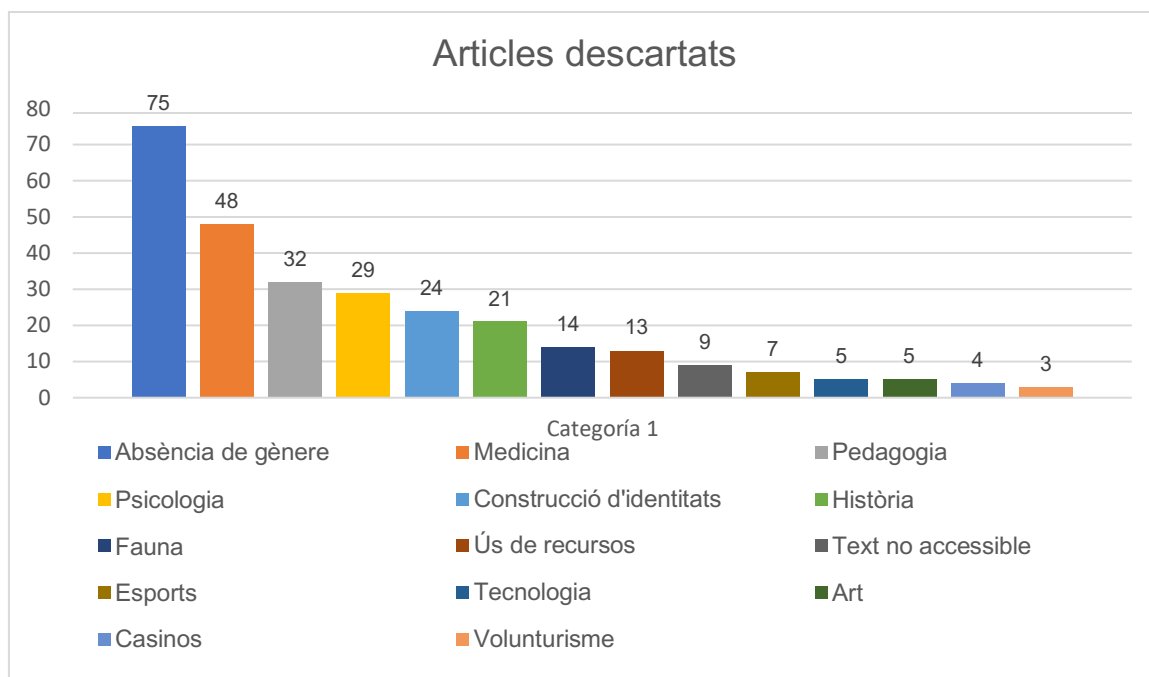
Gràfic 1. Publicacions d'articles a Scopus per any Font: elaboració pròpia amb dades de Scopus.



Gràfic 2. Publicacions d'articles a Scopus per temàtica. Font: Elaboració pròpia a partir de Scopus.

A partir d'una lectura crítica dels *abstracts* dels articles, aquests s'han agrupat en diverses categories inductives. Finalment, les categories escollides d'articles utilitzats per tal de crear el programa de l'assignatura han estat tres: la perspectiva de gènere aplicada a qui viatja, la perspectiva de gènere aplicada al relat turístic i la perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local. Cadascun d'aquests apartats ha estat posteriorment categoritzat per a facilitar el tractament de les dades obtingudes.

La revisió dels *abstracts* ha comportat també l'exclusió de diversos articles, agrupats en el gràfic 3, per manca de relació amb l'objectiu del Projecte de Fi de Grau. El total d'articles descartats és de 290, fet que representa un 34,69% sobre el total de 836 articles. Tal i com s'explicita al gràfic següent, els motius per rebutjar els articles per a aquest Projecte de Fi de Grau són diversos: manca de la temàtica de gènere, falta de relació amb el turisme o impossibilitat d'accedir al text.



Gràfic 3. Articles descartats. Font: Elaboració pròpia.

Alguns dels articles utilitzats no formen part de l'apartat sis, el de resultats, sinó que s'han incorporat a en d'altres, com ara la introducció, el marc teòric i l'estat de la qüestió, orientats a crear un relat més comprensible. Finalment, per tal de crear el programa de l'assignatura s'han prioritzat articles i descartat altres aportacions, a criteri de l'autora.

## 5.2. Fase propositiva

A partir dels resultats obtinguts a la revisió bibliogràfica exposada a l'apartat anterior, es realitzarà una primera proposta de programa per una assignatura sobre turisme i gènere en el marc del grau de turisme. Aquesta primera proposta provisional s'avaluarà a través d'una sèrie d'entrevistes en profunditat, el procediment de les quals s'explicarà en el següent apartat "Fase de validació".

Així mateix, a partir dels resultats de les entrevistes en profunditat es realitzarà una segona fase propositiva on s'exposarà la proposta final de programa i metodologia per l'assignatura esmentada.

## 5.3. Fase de validació

La fase de validació consistirà en una mostra d'experts, més concretament dues entrevistes en profunditat, realitzades a expertes en turisme i gènere: Ernest Cañada, investigador i coordinador d'Alba Sud; i la Doctora Berezi Elorrieta, investigadora i coordinadora del Màster on-line en Planificació Territorial i Gestió Ambiental a UNIBA. Així doncs, es tracta d'una mostra no probabilística i de mostreig subjectiu, a criteri de l'autora. De les vuit persones contactades per tal de poder realitzar l'entrevista finalment se n'han pogut concertar dues.

L'entrevista en profunditat es tracta d'una tècnica d'investigació qualitativa semi-estructurada i directa d'obtenció d'informació. En aquest cas cada entrevistada respondrà a sis preguntes organitzades en quatre variables diferents, que fan referència als diferents elements que integren un programa d'assignatura. D'aquesta manera, aquestes entrevistes tenen l'objectiu de modificar i valorar la proposta inicial de programa d'assignatura.

## 6. RESULTATS

En aquest apartat s'aprofundeix en els articles seleccionats després de la cerca realitzada a la base de dades Scopus. La classificació proposada es basa en tres grans grups: la perspectiva de gènere aplicada a la persona que viatja, la perspectiva de gènere aplicada al relat turístic i la perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local.

A part de la revisió sistemàtica realitzada a través de Scopus s'ha considerat pertinent afegir referències addicionals que permetin contextualitzar dos apartats. El primer es tracta del turisme de voluntariat, on el Projecte de Fi de Grau *Caracterització i debats sobre el turisme de voluntariat*, desenvolupat per Marta Salvador (2019) al CETT constitueix un marc teòric que permet entendre la naturalesa d'aquest fenomen. En segon lloc, en l'apartat LGTBI+, s'ha considerat adequat l'ús de referències externes per tal de poder entendre la complexitat dels conceptes.

### 6.1. Revisió bibliogràfica

#### 6.1.1. La perspectiva de gènere aplicada a qui viatja

La primera de les categories inductives, perspectiva de gènere aplicada a qui viatja, es centra en aquells aspectes que tenen relació amb la turista. Per tal de poder analitzar els resultats de la cerca realitzada a Scopus, l'estructura es basa en el cicle del viatge: les experiències abans, durant i després del desplaçament.

##### 6.1.1.1. Experiències prèvies al viatge

En aquest apartat es tenen en compte aquells aspectes on el gènere resulta un factor decisiu abans de viure l'experiència turística en la destinació. A través de la perspectiva de gènere, s'analitzen les motivacions i les preferències de les persones que viatgen segons el tipus de turisme que estiguin desenvolupant: esportiu, de natura, cultural, religiós, mèdic, i altres nínxols de mercat post-fordistes, com ara el turisme de voluntariat, el turisme *dark* o l'enoturisme.

Avui en dia, gràcies a la mercantilització del fenomen turístic, el ventall d'opcions a l'hora de viatjar és molt gran pel que fa a tipus de destinacions, serveis oferts, mitjans de transport per arribar al destinació, etc. En aquest sentit, també entren en joc les **preferències de les turistes** segons el tipus de turisme que duen a terme, que majoritàriament ha estat categoritzat depenent de la motivació d'aquestes.

Pel que fa al **turisme esportiu**, és a dir, aquell on les motivacions estan relacionades amb la pràctica d'un esport o amb l'assistència a un esdeveniment esportiu, les preferències pel que fa a la realització d'un esport o un altre varien segons el gènere. Segons Pomfret i Bramwell (2014), les dones se senten més atretes per esports d'aventura de menor risc, tot i que l'experiència i l'edat també són factors que influeixen en la seva motivació. D'altra banda, les preferències de les dones per viatjar a una destinació

i fer una cursa d'atletisme, per exemple, vénen donades per un desafiament personal (Getz i McConnell, 2013). Pel que fa a les motivacions per viatjar a esdeveniments esportius, les preferències entre homes i dones varien i, per tant, les estratègies de màrqueting també varien a l'hora de promocionar el tipus de viatge (Nishio et al, 2016). Altres diferències de gènere es troben en el fet que les dones donen una importància més gran a les motivacions socials, com ara veure competicions amb els seus familiars o amics, mentre que els homes són més propensos a transformar-se en grans aficionats de l'esport que van a veure (Lyu i Ham, 2016). Aquest tipus de comportament també es relaciona amb el que Jiang i Chen (2018) afirmen, és a dir, que les turistes femenines, en aquest cas d'una competició olímpica, estan més motivades pel vincle social que no pas per l'esport en sí, com ho estan els homes. D'altra banda, també emfatitzen que les activitats de màrqueting i els anuncis olímpics dirigits a dones podrien utilitzar imatges que posessin en relleu l'experiència de socialitzar-se i escapar de la rutina diària, mentre que les dirigides a homes podrien prestar atenció als esdeveniments esportius en sí.

Un altre tipus de turisme que de vegades pot ser complementari a l'esportiu, és el **turisme de natura**. Aquest inclou totes les activitats recreatives que es duen a terme amb la natura com a element protagonista. Les preferències entre dones i homes han estat estudiades de diverses maneres i sovint són un factor important per determinar les motivacions d'uns i altres (Schirpke, et al., 2013; Häfner, et al., 2017). Tal i com exposen Gao et al., (2014), les dones prefereixen la flora autòctona, els arbres, arbustos i cultius especials, confirmant la seva inclinació per paisatges més verds en entorns naturals, així com també veure animals de granja i conèixer la cultura. D'altra banda, els homes aprecien més els equipaments d'una granja, fet que pot estar associat al domini tradicional masculí en assumir responsabilitats de tasques domèstiques a l'aire lliure, com ara el treball al jardí. Al mateix temps, Fiathah et al., (2013) confirmen que les dones solen participar més activament en el turisme de natura. Així és també en la visita al Mont Pinatubo, a Filipines, on s'observa que les visitants femenines estan més motivades per aquesta pràctica de turisme on es combinen motius d'escapament i relaxació, conèixer el patrimoni cultural i relacionat amb els volcans, i factors de socialització (Aquino, 2019). Finalment, les dones també mostren una intenció major en la participació a una iniciativa per reduir les escombraries autogenerades a la muntanya, que va ser implantada en pistes d'escalada a la Xina (Hu et al., 2018).

El **turisme cultural** és aquella forma de turisme que té per objecte, entre altres fins, el coneixement de monuments i llocs historicoartístics. Tal i com afirmen Molinillo i Japutra (2016), algunes investigadores han demostrat que el gènere influeix en l'assistència de les persones a les atraccions culturals, tot i que hi ha posicions contràries respecte si són els homes o les dones els que més duen a terme turisme cultural. Segons aquests dos autors, en el cas de les atraccions culturals d'Andalusia, els homes són més propensos a assistir a "atraccions populars" i "atraccions clàssiques" que les dones, contrastant amb el que altres acadèmics afirmen. No obstant, les taxes d'assistència més baixes de les dones es poden explicar per tres circumstàncies: desavantatges per a les dones amb nivells inferiors d'educació en participar en activitats culturals, tenint en compte el seu paper tradicional a la



llar; les dones de mitjana edat i gent gran han assumit generalment un paper molt més tradicional, cosa que fa que sigui menys probable que assisteixin a llocs d'interès turístic; el 7,9% de la població andalusa queda vídua, essent el 84,4% dones. D'altra banda, el turisme cultural també es pot entendre com la visita de patrimoni intangible com podrien ser festes o tradicions. En el cas de la Fiesta de los Patios a Córdoba, ambdós gèneres estan motivats per conèixer el patrimoni de la ciutat de Córdoba, tot i que per les dones també és més important conèixer les seves festes (González i López-Guzmán, 2017).

Pel que fa al **turisme religiós**, és a dir, aquells viatges on la motivació principal ve donada per la fe i per la visita a espais religiosos, les preferències varien segons el gènere. Segons Amaro et al., (2017), les dones estan més motivades pels aspectes espirituals, viure noves experiències i fugir de la rutina, mentre que els homes estan més motivats pel compliment de la seva promesa relacionada amb la fe. En altres ocasions, el gènere només suposa un factor més a tenir en compte pel que fa a les preferències per visitar un lloc religiós, com és el cas de l'església de Sant Nicolás, al sud de Turquia, que és visitada per turistes cristians com a lloc de pelegrinatge (Bideci i Albayrak, 2015).

Un altre tipus de turisme és el **turisme mèdic** que consisteix en un viatge a una destinació per rebre algun tipus d'atenció mèdica o tractaments estètics o en balneari. En algunes ocasions s'ha determinat que els homes estan més disposats a dur a terme turisme mèdic (Guy et al., 2015), tot i que en d'altres, menys homes han viatjat a altres països per raons mèdiques. Aquest és el cas que exposen Lubowiecki-Vikuk i Dryglas (2019), on són les dones les que viatgen per serveis dentals, en aquest cas a Polònia, mentre fan viatges de compres, visites a familiars o amics i/o passen les seves vacances. En un altre estudi de turisme mèdic, centrat al Japó, s'estableix que més homes que dones tenen accés a una assistència mèdica d'elevat capital, tot i que també s'explica que els membres masculins d'una llar adquireixen capital social i moral enviant les seves dones a l'estranger per obtenir una assistència mèdica. Aquest fet desafia un estereotip comú de les dones de l'Orient Mitjà com a persones oprimides que no tenen llibertat de mobilitat, però alhora les subjuga a la dependència masculina. Alhora, quan viatgen amb les seves filles, són les mares les que tenen cura del pacient a l'hospital, mentre que el pare (en el cas d'una família heteropatriarcal) s'encarrega dels seus negocis durant l'estada (Kangas, 2011). Tal i com es mencionava a la seva definició, el turisme mèdic també té un nínxol de mercat que busca fer-se operacions d'estètica en altres països. Aquest és el cas de les dones xineses i taiwaneses que viatgen al Sud de Corea per canviar els seus trets ètnics i imitar les fisonomies facials d'occident (Kuo, 2016).

D'entre algunes **formes de turisme post-fordista**, és a dir, aquelles noves formes de consum que busquen experiències significatives i particulars pels turistes, allunyades de les tradicionals com el Sol i la platja, també es diferencien les motivacions i preferències de les turistes segons el seu gènere. En el cas del **volunturisme**, que engloba tots aquelles turistes que realitzen un viatge, generalment a comunitats pobres del Sud Global, amb la intenció de realitzar un voluntariat i per altres motius personals, professionals o del tipus de viatge i destinació (Salvador, 2019), les dones ocupen el gruix

més gran de participants. Tal i com afirmen Agyeiwaah et al., (2013), les dones tenen un major desig per submergir-se millor en la comunitat d'acollida i ajudar la interacció social. Un altre fenomen relacionat amb el volunturisme és l'anàlisi de la influència que tenen les accions de personatges cèlebres de referència com Angelina Jolie sobre les dones joves que es plantegen viure aquesta experiència, on la majoria de voluntariats tenen lloc en orfenats (Mostafanezhad, 2013).

Un exemple de turisme post-fordista és l'**enoturisme**, el que s'entén com les visites a vinyes, bodegues, festivals i espectacles de vins on la degustació d'aquests i/o els atributs d'una regió vitivinícola són els principals factors motivadors per als visitants. Com ja s'ha comentat en aquest apartat, el gènere suposa un factor a tenir en compte en les motivacions dels visitants (Bruwer et al., 2017) però, de vegades, també pot influir en una major assistència de participants d'aquest tipus de turisme. Aquest és el cas concret d'un festival internacional de vi que va tenir lloc a la Xina, on els autors exposen com les dones tenen més probabilitats d'assistir a esdeveniments per fomentar la unitat familiar, així com passar temps amb amics i parella i, per tant, tenen una elevada motivació de familiarització i comunitat (O'Regan et al., 2017).

Un altre tipus de turisme recentment reconegut és el **dark tourism**, és a dir, el viatge a destinacions lligades a la mort i a la tragèdia o on s'ha produït o memorialitzat la mort i el patiment. En aquest cas, tal i com afirmen Chen i Tsai (2019), no hi ha diferències per gènere en les motivacions en relació amb el turisme de camps de batalla. No obstant això, sí que destaquen que la indústria turística, tal i com s'ha comprovat en altres tipus de turisme, distingeix algunes motivacions per gènere i, per tant, aquest cas no s'hauria d'aplicar universalment a tots els tipus de visites de *dark tourism*.

#### 6.1.1.2. Experiències durant el viatge

Les experiències durant el viatge poden ser percebudes en gran mesura en funció d'un gran nombre de variables. En primer lloc, l'experiència turística presenta característiques molt concretes en el cas de viatges de grups no-mixtes, exclusivament femenins.

També conegut com a *girlfriend getaway*, es coneixen com a ***all female travel*** els viatges que realitzen grups de dones no-mixtes (Berdychevsky, 2016). En aquests casos no es contemplen aquelles turistes que viatgen soles, així com tampoc es contempla anomenar aquests grups "dones que viatgen soles", ja que en tot moment ho fan acompanyades de les seves companyes. Durant aquests viatges, les dones turistes experimenten diferents experiències i percepcions. A continuació es detallen conceptes, exemples i/o vivències respecte l'*all female travel*.

Tal i com s'ha comentat anteriorment, a l'apartat del marc teòric (veure pàgina 5), un dels conceptes a tenir en ment en l'anàlisi de les experiències turístiques és el d'interseccionalitat. En aquest cas, especialment la intersecció entre gènere i raça, ja que representa la unió de dos eixos d'opressió que

tenen gran impacte sobre les turistes. En casos com per exemple els grups de turistes femenines asiàtiques que viatgen pel mateix continent, aquestes sovint són vistes com a treballadores sexuals, ja que en l'imaginari col·lectiu no hi té lloc la imatge de turistes femenines que viatgin sense la presència masculina, i encara menys si aquestes no són blanques (Yang et al., 2019). Fer front a aquests estereotips fa sentir a les dones que viatgen juntes la satisfacció d'haver-se enfrontat a una experiència complexa, fet que les empodera (Yang et al., 2018).

El fet que un grup de dones no-mixt surti de l'esfera domèstica i ocupi l'espai públic comporta que s'exposin a dinàmiques de desigualtat patriarcals, agreujades en espais d'oci nocturn (Hillman, 2019), resultant en la sexualització de les turistes, que criden l'atenció de manera involuntària i s'exposen a l'assetjament sexual (Yang, 2018). Aquestes lògiques impliquen que les dones es sentin insegures en la seva llibertat d'utilitzar l'espai públic, i temen situacions de violència sexual i atacs per part d'homes desconeguts (Hillman, 2019). És en part per aquest motiu que és de vital importància la planificació dels carrers i les places amb urbanisme feminista, que té en compte aspectes com ara la il·luminació de l'espai públic, evitar construccions que puguin resultar amagatalls perillosos; o els diferents patrons de mobilitat que manifesten homes i dones. Des de l'urbanisme feminista també es reivindica visitar els espais on hi té lloc la vida quotidiana, des dels espais públics com els espais privats (Dowler, 2013).

La negociació d'emocions proporciona una visió àmplia de les múltiples influències en les percepcions de les dones viatgeres, tot i que l'imperi per mantenir-se felices pot emascarar relacions de poder problemàtiques i altres formes de resistència. El deure de ser felices és una responsabilitat que senten les dones que viatgen, ja que sovint suporten realitats viscudes d'assetjament sexual o casos extrems de violència. Aquest fet suposa que contínuament negociïn per continuar els seus desplaçaments amb una resiliència emocional (Falconer, 2016). Per fer-hi front, les dones adopten diverses estratègies per afrontar conflictes oberts i ocults que poden amenaçar les seves amistats i experiències durant les vacances (Heimtun i Jordan, 2011). Un exemple és el cas d'estudi plantejat per Gao i Kerstetter (2016), on analitzen l'experiència de grups de dones de tercera xineses. En aquest cas les estratègies de negociació giren al voltant de vuit impactes que reben les turistes: coneixement limitat del turisme, preocupació per a la salut i la seguretat, xoc cultural, les companyes de viatge, serveis de baixa qualitat, informació limitada, reputació negativa de la guia del viatge i l'aspecte econòmic.

Tal i com s'exposava en els paràgrafs anteriors, les **percepcions durant el viatge** són molt diverses. Un d'aquests aspectes és la percepció de l'espai públic i que, per tant, té influència en l'experiència del viatge, depèn en gran mesura de l'accessibilitat que les turistes percebin en la destinació en un aspecte holístic, és a dir, incloent totes aquelles persones que no són normatives (mobilitat reduïda, ceguesa, sordesa, edat avançada, idiomes i informació disponible, entre molts d'altres). En aquest aspecte, Bergier et al. (2011) exposen les barreres percebudes en la mobilitat a Polònia, on els homes apunten com a majors problemàtiques la falta d'informació i l'oferiment d'assistència, mentre que les dones se centren en problemes amb el transport públic.

Respecte l'entorn físic hi ha diverses diferències en funció del gènere com a variable demogràfica; així com també en funció de si la perspectiva de gènere és aplicada o no. En primer lloc, la naturalesa es percep diferent en funció del gènere. Un cas concret és el de la fauna animal situada en zones arqueològiques, on les dones mostren major rebuig a la fauna autòctona considerada no carismàtica, com ara serps, granotes o gripaus. Aquesta investigació aporta dades valuoses a l'hora de planificar i gestionar els programes de recuperació de la fauna salvatge (Iosif et al., 2019). En segon lloc, les turistes dones tendeixen a tenir menys coneixement i menys voluntat de repetir l'experiència en els casos d'avistament de balenes (Avila-Focaut et al., 2017); mentre que això no mostra cap afectació a l'hora de fer donacions per a espècies marines en perill d'extinció (Cárdenas i Lew, 2016).

Per altra banda, les percepcions sobre el canvi climàtic també varien en funció del gènere. De forma general els homes es senten més ben informats sobre el canvi climàtic que les dones, però perceben menys perill que les dones i per tant expressen menys preocupació al respecte (McKercher et al., 2011). Aguirre-Gonzalez (2012), ha demostrat en un estudi realitzat entre dones amfitriones a Costa Rica i dones turistes estatunidenques, on les primeres expressen preocupació en l'educació que han de rebre les persones per a combatre el canvi climàtic i les segones prioritzen treballar les emissions industrials i la desforestació. Les dones joves locals són les persones que mostren més sensibilitat respecte la relació entre turisme i canvi climàtic (De Urioste-Stone et al., 2016).

Un altre factor de gran influència sobre l'experiència turística durant el viatge és la **percepció del risc** que en tinguin les turistes, amb una importància cabdal per a la destinació a causa de la relació directa amb la sensació de seguretat i les probabilitats de ser escollida per part de potencials turistes (Remoaldo et al., 2014). Per norma general les dones tendeixen a mostrar major preocupació per a la seva integritat física mentre viatgen (Yang et al., 2015), més especialment quan es tracta d'un viatge internacional (Perpiña et al., 2017). Casos concrets d'aquells perills manifestos inclouen assetjament sexual, vigilància sexualitzada o violacions, que pel fet de ser patides majoritàriament per dones han passat a anomenar-se "geografia de la por de la dona" (Berdychevsky, 2015). Tot i aquestes pors, segons manifesta la mateixa investigació, les relacions sexuals que tenen lloc lliurement durant el viatge poden ser un factor que empoderi a les dones.

Cal tenir en compte, com s'ha mencionat anteriorment en els viatges de dones no-mixtes, que les persones amb qui s'emprèn el viatge són una variable a tenir en compte respecte a la seguretat percebuda en la destinació. A través dels estudis acadèmics es detecten dues tipologies de turistes que viatgen soles: les que ho fan per voluntat pròpia i les que ho fan perquè no els queda una altra opció. Són especialment les dones d'aquesta última categoria les que es mostren més preocupades pel fet de viatjar soles. És important analitzar també quin discurs es crea al voltant de les persones que viatgen soles: mentre que als homes se'ls recomanen llocs d'oci nocturn a les dones se'ls dona consells per a la seva seguretat (Heimtun i Abelsen, 2014).

Una altra percepció de risc entre les dones visitants és el fet d'estar més preocupades pels riscos alimentaris (particularment els virus) que els homes; això coincideix amb els investigadors que han considerat que el gènere és un fort predictor de les percepcions de risc de seguretat alimentària, amb una preocupació més alta entre les dones. Possiblement, la naturalesa de càrrega de cures de les dones les fa ser més preocupades per la salut i més sensibles als riscos (Hull-Jackson i Adesiyun, 2018).

Per altra banda, el **comportament** de les turistes durant el viatge també varia en certs aspectes. En primer lloc, les dinàmiques de les turistes que viatgen en família acostumen a perpetuar els rols de gènere tradicionals que existeixen durant la quotidianitat. En aquest aspecte destaca el fet que les dones continuen a càrrec de les tasques de cura, des de la planificació del viatge fins a aspectes com ara cuinar durant l'experiència (Schänzel i Smith, 2014).

Pel que fa a l'anàlisi de la voluntat de pagar també hi ha diferències, tot i que les investigacions apunten a la dificultat a aïllar de la variable de gènere d'altres factors, ja siguin demogràfics o d'entorn, la majoria de vegades les dones són les que acostumen a fer més despesa (Kee Hui i Lau, 2011; Saayman et al. 2012). En el cas de les coves Ballica, de Turquia, les dones realitzen menys despesa que els homes, ja que argumenten que prefereixen comprar material artesanal local (Akca et al., 2016). Les dones es mostren més predisposades a pagar una mica més que els homes davant de conceptes com taxes turístiques mediambientals (Han i Hyun, 2017).

#### *6.1.1.3. Experiències posteriors al viatge*

L'experiència turística no acaba quan les turistes marxen de la destinació, sinó que amb posterioritat hi intervenen dos factors de gran importància, com són la satisfacció de les turistes i la lleialtat que poden tenir després cap al mateix destinació o la mateixa companyia.

Una de les plataformes per a seguir el contacte amb la turista és la pàgina web, mecanisme a través del qual els homes presenten major satisfacció amb el coneixement de les pàgines, i les dones presenten major satisfacció amb les rutines en línia (Pereira et al., 2016). La confiança en les pàgines web a través de les quals contractar serveis també marca diferències per gènere, on els homes tendeixen a repetir menys (Sanz-Blaz, et al., 2014 i Yuniarty i Abbas, 2015). Altres estudis no demostren cap diferència per gènere en les mateixes plataformes, especialment quan es tracta del seguiment en grans destinacions urbanes (Rice i Khanin, 2019); mentre que n'hi ha, com el cas de Hanok, que demostren que el gènere és una variable d'influència tant en la satisfacció com en la repetició (Olya et al., 2019).

L'enoturisme és un nínxol de mercat que es basa en gran mesura en la satisfacció de les turistes un cop han realitzat la seva visita. En aquest sector turístic les dones acostumen a tenir més satisfacció que els homes (Park et al., 2018); mentre que els homes mostren més satisfacció en funció del màrqueting fet des del servei (Kim et al., 2019). A més, les dones demostren més lleialtat en aquest

tipus de turisme, repetint un major nombre de vegades el mateix servei (Bruwer i Thach, 2013). Per altra banda, diferents estudis han demostrat que les dones amb menor educació reglada completa i menor experiència mostren en línies generals més satisfacció amb els serveis contractats (Omid et al., 2017).

Respecte als serveis turístics homes i dones tendeixen a fixar-se en aspectes diferents a l'hora de decidir quins són els aspectes a través dels quals establiran la seva satisfacció (Suki, 2014). En aquest aspecte els resultats de les investigacions demostren que la qualitat del servei afecta més directament en el nivell de satisfacció de les dones (Kwok et al., 2016); però també és cert que demostren més tolerància respecte experiències negatives (Daskin i Kasim, 2016). Per altra banda, els homes tendeixen a sentir més satisfacció en els serveis d'allotjament (Marzuki et al., 2014). Un cas pràctic de servei turístic és el de viatges en bicicleta, on es demostra que amb un mateix nivell de satisfacció els homes tenen més tendència a desenvolupar desig per continuar explorant el cicloturisme (Han et al., 2017).

### **6.1.2. La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic**

En aquest apartat es posa de relleu la mirada feminista sobre la imatge i el discurs que projecta una destinació. En primer lloc es té en compte la visibilitat i representació de la dona dins del relat turístic, que s'enllaça amb el segon punt, més focalitzat al màrqueting del destinació. En tercer lloc s'aprofundeix en les imatges sexualitzades, especialment de les dones, que es promouen com un atractiu més del destinació. Finalment, aquest apartat se centra en la maternitat subrogada i el col·lectiu LGBTI+, que són noves realitats que fins ara s'han mantingut al marge del relat turístic.

A més dels temes anteriors, un altre factor a tenir en compte és el concepte d'alteritat, terme que fa referència a la concepció de les altres persones com a diferents a la pròpia identitat. Aprofundir en la relació entre l'alteritat i el turisme permetria entendre en gran mesura com entenen les persones de la destinació la seva pròpia identitat, fet que duria a la creació d'un relat turístic més fidel a l'autopercepció de la comunitat local (Wang i Morais, 2014). És a dir, seguiria l'esquema de "com som?" i "com volem que ens vegin?"; qüestions de vital importància a l'hora de concebre el relat turístic.

#### **6.1.2.1. Visibilitat**

Un dels factors que tenen major impacte i crítica social és la visibilitat entre dones i homes, és a dir, quin és el nombre i la importància que es dona a cadascun dels gèneres en espais públics. Entendre les causes i les conseqüències de la manca de representació de les dones en els àmbits en què es produeix és el camí per tal d'equilibrar-ho. Un dels aspectes on es considera especialment necessari treballar és, com s'ha comentat a l'apartat de l'estat de la qüestió, la visibilitat de les obres femenines en l'acadèmia, atès que és la principal forma de transmissió del coneixement (AQU, 2018). En altres àmbits, com ara les DMO (Destination Management Organizations), és important equilibrar els perfils tant a nivell de gènere com de perfil socio-cultural, per tal de poder transmetre un missatge i gestionar

la destinació de forma que tothom sigui pres en consideració (Bartis i Ferreira, 2018). Fora de l'àmbit laboral, que és s'acostuma a fer referència a aquest concepte, les desigualtats en la representativitat també es consideren un sostre de vidre (Ibanescu et al., 2018).

Per altra banda, són moltes les destinacions i les institucions que gestionen el **patrimoni cultural** de cada àrea que estan revisant els discursos que transmeten sota la perspectiva de gènere, per tal de poder eliminar biaixos de gènere i també racistes, que són els que acaben configurant tant la identitat de la destinació per al turista (Adams, 2011). És així com sorgeixen iniciatives que pretenen treure a la llum personatges fins ara no representats i que no formaven part del discurs emès ja que aquestes formaven part únicament dels espais domèstics (Winter, 2014). Dos exemples són el cas de la Capilla del Señor, Argentina (Winter, 2014) o la manca de representació de les tasques de cura que realitzaven les dones africanes esclavitzades a Estats Units al llarg del segle XIX (Small, 2013). Per altra banda, es planteja trencar esquemes a partir d'utilitzar personatges femenins en casos on fins ara l'imaginari col·lectiu provocava que sempre l'ocupés un rol masculí. Aquest és el cas del Blenheim Palace, Anglaterra, on s'ha utilitzat com a narradora en les audioguies i en les gamificacions plantejades una fantasma femenina, decisió que, com reporten els gestors del Palau, ha provocat un desconcert positiu entre els visitants (Roberts, 2015).

L'efecte que té treure a la llum aquests nous relats és innegable, atès que arriba fins i tot a **resignificar èpoques històriques** on el paper de la dona ha passat desapercebut (Roberts, 2015). Per altra banda, també hi ha relats que han girat al voltant de la dona que han servit per a trobar nous significats a la seva situació durant el passat. Aquest és el cas de les celebracions que es fan al voltant de Las Meigas (les bruixes gallegues), com ho podria ser de l'Aquelarre de Cervera, on a través de la patrimonialització de la seva història s'ha aconseguit fer front als estigmes que durant segles les han acompanyat. És necessari, però, anar en compte amb els missatges que es transmeten per no caure en la banalització ni en la sexualització de les dones representades (Jiménez-Esquinas, 2013). També es donen casos sota el paraigua de la geografia feminista on identificar els espais vinculats històricament a les dones pot crear relats en la destinació més holístics i integrals, que permetin també revisar les polítiques de gestió de l'espai públic per tal d'assegurar la integració d'aquestes històries en les ciutats (Yu, 2014).

#### 6.1.2.2. Màrqueting

La concepció que les potencials turistes tenen de la destinació es troba estretament vinculada a la imatge projectada des de la pròpia destinació, i varien àmpliament entre les audiències a les que s'adrecen. D'aquesta manera, el gènere es situa com un factor que pren un rol de mediador entre el públic objectiu i la imatge que tenen de la destinació. Alguns casos pràctics d'aquest aspecte són els següents: la major connexió d'ambdós gèneres amb la representació de la natura quan aquesta es percep com a femenina (Liu et al., 2019), la percepció dels homes joves europeus de Brasil com una destinació atractiva i segura en oposició a la visió femenina de la destinació (Guina i Giraldi, 2012); la major predisposició de les dones a repetir la visita a Nova Orleans després que la ciutat es recuperés dels efectes devastadors de l'huracà Katrina (Ryu, et al., 2013); els diferents resultats de la campanya

de màrqueting del Festival de la Llum de Taiwan segons el gènere del públic objectiu (Chen et al., 2014); o l'efecte diferencial segons el gènere del posicionament d'una marca que comercialitza alimentació ecològica (Song, 2015). En aquest apartat, doncs, es fa referència a aspectes com ara la reproducció d'estereotips racials i de gènere, la influència de les tècniques de màrqueting diferents en funció del gènere del públic objectiu i nous discursos del màrqueting turístic.

Un dels estereotips de gènere que es transmeten a través de la imatge turística és el d'un **cànon de bellesa** rígid i fix. Els cànons de bellesa afecten especialment als cossos femenins, ja que aquests han estat considerats durant dècades un atractiu més de la destinació, arribant a crear una imatge que fins i tot promou el turisme mèdic d'operacions estètiques (Holliday et al., 2015). En el cas de les dones, a més, se les acostuma a representar de forma atenta i submissa; amb imatges més petites que les dels homes (Chhabra, Andereck i Yamanoi, 2011).

Tot i això, els cànons de bellesa masculins també han passat a formar part de la imatge turística. Un d'aquests exemples és el d'Islàndia, que a través de Trapped (sèrie islandesa que ha esdevingut part del màrqueting internacional de la destinació) difon una imatge estereotipada dels cossos masculins com a musculats i exòtics (Loftsdóttir, 2017). Un altre cas és a Suècia, on la representació masculina a les mines de Falun, patrimoni cultural, es fa a través de la vinculació del concepte de la masculinitat amb el de força i el de nacionalisme (Cassel i Mörner, 2011).

Altres estereotips tenen a veure amb la representació que es fa de **persones racialitzades**, com pot ser la mateixa població amfritriona, a causa dels discursos colonials que sovint es reproduïen del Nord Global cap al Sud Global. En casos de població indígena on existeix turisme ètnic i tribal, la representació que se'n fa per atraure a potencials turistes tendeix a ser manipulada, paradoxalment per a reforçar la idea d'autenticitat. Com a exemples concrets: fotografies on es mostren les dones amb robes tradicionals, normalment somrient, treballant la terra o artesanies; quan la realitat imperant és de pobresa extrema (Bott, 2018). Per altra banda, es donen casos on la publicitat que es realitza de la destinació no concorda amb la seva realitat perquè s'invisibilitzen les persones que hi viuen. És el cas de les revistes promocionals que es distribueixen als vols que es dirigeixen cap a Sud-Àfrica, on les fotos majoritàriament representen persones blanques tot i no ser majoritàries entre la població (Conradie, 2013).

Un altre aspecte a tenir en compte és la influència del màrqueting sobre el públic objectiu en funció de quin sigui el seu gènere, que té implicacions a diversos nivells. Arribar a comprendre i categoritzar quines són les **estratègies de màrqueting** més adequades en funció del gènere implicaria millorar-ne l'eficàcia i poder emetre missatges cada cop més personalitzats (Kim et al., 2012). Per fer-ho és necessari tenir aspectes com ara quines són les plataformes més utilitzades per a informar-se a l'hora de planificar un viatge, tenint en compte que les plataformes digitals tenen un impacte lleugerament superior en els homes (Yasin, 2017 i Douglas, 2018) i que els gran cartells situats a l'espai públics tenen més efecte sobre les dones (Lu et al., 2014); quins són els missatges que tenen més efecte, com



ara que els paisatges exòtics tenen més efecte en el públic masculí i les atmosferes romàntiques en el femení (Kim, 2012), l'eficàcia variada que té la llargada del eslògan en funció del gènere (Rivera i Gutierrez, 2018); o la importància de la reputació de la ciutat, que té un major efecte sobre les dones (Šerić i Vernuccio, 2019).

Per altra banda, cal destacar la importància que té l'efecte boca-orella digital, conegut en anglès com a eWOM (electronic word of mouth); que actualment és un camp de coneixement on s'estan produint gran nombre d'estudis a causa de la influència que tenen les opinions realitzades pels usuaris en les diverses plataformes i xarxes socials (Jalilvan i Samiei, 2012). Tot i que la influència d'aquesta tècnica de màrqueting acostuma a tenir més efecte sobre els homes en tots els aspectes, destaca entre el públic objectiu femení en termes de confiança en la destinació (Abubakar et al., 2016).

Finalment, estan tenint llocs **noves visions en la disciplina del màrqueting a través de la perspectiva de gènere**, fet que genera la inclusió de nous missatges i agents. D'altra banda, també provoca canvis en les narratives de les destinacions, que passen a diferenciar-se a partir de canviar les narratives que emeten, dades que s'han recollit tenint en compte un major nombre de perfils a les destinacions (Rozier-Rich i Santos, 2011). També és creixent la demanda d'emetre missatges que s'ajustin a la realitat de la destinació i no pretenguin donar-ne una imatge romantitzada (Polo et al., 2015) i que erradiquin mirades colonialistes i racistes com en el cas d'Índia (Patil, 2011).

La perspectiva de gènere ha dut al foment de campanyes i accions destinades específicament a la salut sexual, dirigida a turistes joves, amb informacions, recomanacions i recursos bàsics. En aquestes campanyes es rebutja una visió negativa de les relacions sexuals, i enlloc de condemnar les relacions sexuals es pretenia promoure la salut en les relacions (Berdychevsky, 2017b). Seguint la dinàmica general de personalització dels missatges, l'objectiu d'aquestes campanyes és el d'apel·lar al públic objectiu tenint en compte les seves necessitats, com ara posant el focus en la seguretat física, no només en la salut sexual (Berdychevsky, 2017a).

#### *6.1.2.3. Sexualització*

La sexualització, entesa com el fet de donar caràcter sexual a algú o alguna cosa, s'observa en tres aspectes diferents dins de la indústria turística. En primer lloc, la sexualització és present en la manera de **transmetre la imatge de la dona** en un destinació turística, és a dir, quins són els atributs o rols femenins destacats. Hi ha ocasions on el discurs del destinació transmet uns rols de gènere tradicionals, fruit de l'herència patriarcal, on es diferencien quins són els espais i rols que tant homes com dones poden arribar a tenir. En aquest sentit les conseqüències són diverses, com ara la perpetuació de determinats llocs de treballs que poden ocupar exclusivament les dones, i on es dona per suposat que hauran de tenir una atenció cap al client que inclogui conductes i comportaments que no es demanarien als treballadors masculins (Gil et al., 2014; Sun, 2017).

En altres ocasions, la transmissió de la concepció sexualitzada de la dona comporta emmarcar-les en un imaginari limitat a la seva cosificació. D'aquesta manera, com en el cas de Cuba, les dones són vistes com un mer objecte valorat per la seva bellesa, que és llegida com un escenari de conquesta (Morgan i Pritchard, 2017). Un altre cas és el d'Indonèsia, on són especialment les dones que viatgen com a *backpackers* les que són sexualitzades i de les quals s'assumeix la predisposició d'oferir serveis sexuals (Sörensson, 2011). Més enllà de la seva cosificació, les dones es troben emmarcades dins d'uns cànons de bellesa molt estereotipats que pretenen ser un reclam turístic i un atractiu de la destinació, tal i com succeeix en països com Austràlia (Small, 2016) o Islàndia (Alessio i Jóhannsdóttir, 2011).

En segon lloc, un mecanisme utilitzat per a la sexualització femenina és a través del fenomen que habitualment es coneix com a **turisme sexual**, entès com aquell viatge que s'emprèn amb la motivació de mantenir relacions sexuals fora del lloc habitual. En aquest sentit, aquesta pràctica és reforçada a través de la creació d'una imatge hipersexualitzada de les dones que ofereixen o que són obligades a oferir serveis sexuals. Les imatges, a més, s'acompanyen d'altres estereotips racistes i imperialistes que s'orienten als potencials clients de manera que aquests vulguin viure una experiència de poder i dominació que els resulti atractiva (Gezinski, et al., 2016).

Per altra banda, casos d'estudi com el del Red-Light District d'Amsterdam posen de manifest una gran diversitat dels perfils que consumeixen sexe i que n'ofereixen o són obligats a fer-ho. Chapouis (2016), argumenta que la sexualització de l'espai públic provoca reaccions diferents entre els homes, els quals veuen reforçada la seva masculinitat a través de la possibilitat de comprar sexe, i les dones, que tendeixen a sentir-se insegures o en una zona de moralitat dubtosa. Extrapolant aquestes dinàmiques a un context global, a través d'una mirada feminista del Red Light District es posen sobre la taula debats com ara quines són les relacions de poder que es reproduïxen en l'ús de l'espai públic, quins són els patrons de comportament que es legitimen a través de l'oferta turística del sexe i fins a quin punt la mercantilització de les relacions sexuals és performativitat o capitalisme.

En tercer lloc, la navegació femenina entre les normes socials masculinitzades comporta que l'experiència de la dona que viatja sigui automàticament sexualitzada per la mirada masculina. Per aquest motiu d'adopten **estratègies d'afrontament i de defensa**, i que majoritàriament són: enfrontar-se a la presència masculina dominant; patir assetjament masculí; o conformar-se a les normes aplicades a les dones locals, com ara la vestimenta (Brown i Osman, 2017). Aquestes experiències, a més, són agreujades quan les dones també han de navegar a través de mirades de racialització.

#### 6.1.2.4. *Maternitat subrogada*

La maternitat subrogada és un dels grans debats que actualment ocupen els moviments feministes, a causa de les múltiples implicacions que avarca i posicions sovint radicalment diverses que hi ha al respecte; bàsicament qui defensa que aquests processos són la mercantilització del cos de la dona, i qui defensa que són processos que les empoderen (Panitch, 2013). El turisme de maternitat subrogada

es defineix com aquell acte de viatjar a l'estranger, normalment d'un país del Nord Global a un país del Sud Global, per un acord contractual on una dona accepta el procés d'embaràs i part per tal de donar el nadó a un altre individu o parella que el criarà (Gezinski et al., 2017). Les diverses opinions es veuen reflectides també en els articles acadèmics, que això sí, coincideixen en tipificar aquest nínxol de mercat com a turisme reproductiu, inclòs en el turisme mèdic.

Tot i que no es tenen dades exhaustives dels perfils de persones que viatgen amb la finalitat d'anar a buscar l'infant, s'estima que acostumen a ser parelles heterosexuales amb una capacitat econòmica mitjana-alta, de països on aquesta pràctica és il·legal o econòmicament costosa, majoritàriament: França, Alemanya, Estats Units, Canadà i Austràlia (Gezinski et al., 2017). Des d'aquests països s'acostuma a viatjar als llocs on es poden dur a terme processos de maternitat subrogada per un preu menor, com acostumen a ser Índia o Tailàndia, tot i que hi ha altres països que han començat a regular la maternitat subrogada per a rebre persones internacionals, com ara Ucraïna, Mèxic, Panamà o Guatemala (Lozanski, 2015). La manca d'una legislació internacional permet contradiccions com ara que els països del Nord Global que prohibeixen aquesta pràctica per motius ètics i de salut sí que atorguin la ciutadania als nadons nascuts a través de la maternitat subrogada (Lozanski, 2015). El fet que el contracte s'estableixi entre persones del Nord i del Sud Global és vist per a les detractores de la maternitat subrogada com un acord que no és entre iguals, reivindicant d'aquesta manera que no es tracta de processos que empoderin a les dones locals (Panitch, 2013); sinó que reforcen dinàmiques colonialistes (Mendes i Lau, 2019).

Durant el procés de contractar aquest ús, les empreses també ofereixen la possibilitat de reservar serveis turístics durant el procés d'anar a buscar el nadó, com ara l'allotjament, la restauració, visites culturals o els vols per a desplaçar-se fins a la destinació (Gezinski et al., 2017). Mendes i Lau (2019) defensen que la possibilitat de contractar serveis turístics com a suplementos a un procés de maternitat subrogada representen el màxim exponent de les dinàmiques neoliberals.

Davant les crítiques d'explotació de les dones, les empreses ofereixen justificacions ètiques per a les seves motivacions. Les presenten com a persones altruistes i generoses que desitgen passar per aquest procés per motius emocionals o per tal d'obtenir uns diners extres, que no necessiten per sobreviure, però que els són útils per a impulsar negocis familiars o per a garantir que els seus propis infants tinguin accés a educació superior (Gezinski et al., 2017). Per altra banda, però, les detractores de la maternitat subrogada defensen que les dones locals del Sud Global no són protegides davant de possibles problemàtiques de salut, i que no poden decidir sobre aspectes que les afecten ja que el seu contracte no ho permet, fet que es llegeix com a explotació (Panitch, 2013).

Índia, com a país més estudiat en l'àmbit del turisme per a maternitat subrogada, va legalitzar i regular la maternitat subrogada l'any 2002, situant-se com a destinació principal a nivell internacional, tot i que el primer registre de nadó nascut per maternitat subrogada és de 1994 (Frankford et al., 2015). Es tracta d'una pràctica lucrativa, on es calcula que s'han arribat a ingressar 2,3 bilions de dòlars anuals.

Tot i això, activistes índies van fer arribar les seves demandes al Parlament l'any 2016 per tal de derogar aquesta pràctica, argumentant que ha estat construïda sobre la base de desigualtats de gènere i de classe (Mendes i Lau, 2019). Les activistes posen de manifest que la presentació d'un contracte firmat per la dona local no implica que hagi estat firmat en llibertat, atès que sovint no són informades dels seus drets, dels riscos que comporta o de quants embrions els són implantats, entre d'altres (Frankford et al., 2015).

En conclusió, és necessari continuar en l'estudi d'aquest àmbit des de la disciplina turística, l'ètica i la perspectiva de gènere per a poder entendre les dinàmiques capitalistes i colonialistes que donen lloc a aquestes pràctiques, així com arribar a tenir un coneixement profund i objectiu de les conseqüències que té feminitzar la pobresa i dur les cures femenines informals a l'extrem a través de contextos postfordistes (Peet, 2016).

#### 6.1.2.5. LGTBI+

La comunitat LGTBI+ és una mescla d'identitats de gènere, expressions de gènere, orientacions sexuals i sexes biològics no normatius, que s'agrupen sota un mateix paraigües per tal de reunir totes aquelles persones que no són normatives dins un sistema que sempre ha estat heteropatriarcal. Aquest sistema és binari, és a dir, actualment la societat relaciona els conceptes de sexe i de gènere com si fossin sinònims. El cert és que el sexe és biològic, són els genitals que té cada persona; i a través d'aquest s'assigna el gènere, una construcció social que determina si som dones o homes. Si aquest és el cas, i el sexe i el gènere assignats coincideixen amb el que sent la persona, es tracta d'algú cisgènere o cis. Ara bé, les realitats són múltiples i diverses, i hi ha persones trans que *transiten* d'un gènere a un altre. La transició no implica perpetuar la binarietat, sinó que pot ser cap a un gènere no binari, implicant modificacions corporals o no. Els gèneres no binaris són tots aquells que no queden en l'esquema home-dona: gènere fluid, agènere, gènere neutre, o queer, entre altres identitats (Olid, 2019).

La comunitat LGTBI+ dista de ser homogènia, i l'acadèmia ha de fer l'esforç d'analitzar quines són les realitats que fins ara no han estat integrades en el relat turístic, des d'identitats més oprimides dins el propi col·lectiu (especialment dones, persones trans i persones que no encaixen dins el sistema binari), com també situacions radicalment diverses en funció de les zones on es situa (des de creació de productes específics com ara festivals o esdeveniments fins a àrees on la comunitat LGTBI+ és sotmesa a penes de mort). Dins de l'acadèmia es distingeixen bàsicament dos discursos: els que situen la comunitat LGTBI+ dins el relat turístic a través de polítiques *gay-friendly* i de productes específics dirigits a la comunitat; mentre que altres veus afirmen que les identitats sexuals i de gènere no haurien de ser apropiades pel mercat per tal de convertir-les en un nínxol de mercat (Vorobjovas-Pinta i Hardy, 2016). En aquest sentit, les mateixes posicions afirmen que cal contraposar els discursos i les realitats amb la finalitat de detectar possibles accions de *pink washing* (Kenttama-Squires, 2019).

Els estudis en turisme enfocats a la comunitat LGTBI+ són força recents. El seu inici es situa a finals de la dècada dels 80 i principis de les del 90, moment en què les investigacions es van centrar majoritàriament en la seva despesa turística i es considerava tot l'espectre de la comunitat LGTBI+ com un nínxol de mercat. Tot i això, el cert és que els estudis han estat principalment centrats en una visió homogènia dels homes homosexuals; apartant tant la resta d'identitats de la comunitat com aspectes històrics, socials i psicològics (Kettamaa-Squires, 2019). Específicament, els estudis que s'han dut a terme sobre la comunitat gai analitzen: quines són les seves motivacions, identificades bàsicament com a: socialització i cerca de relacions sexuals en entorns segurs *gay-friendly*, visites culturals i, finalment, comoditat i relax (Vorobjovas-Pinta i Hardy, 2016).

Per altra banda, un aspecte que comença a ser analitzat és l'impacte del major reconeixement social de les comunitats LGTBI+, i específicament els matrimonis entre persones del mateix gènere, sobre la indústria turística. El fet que cada cop més països, per bé que la representació sigui escassa, permetin els matrimonis legals entre persones del mateix sexe o gènere, en funció de les lleis, es veu com una oportunitat en la indústria turística per dos motius: augment del nombre de destinacions que són llegides com a progressives i segures; i augment de les persones que contractaran serveis com ara llunes de mel i productes relacionats a la celebració del matrimoni (OMT, 2017).

Les àrees i esdeveniments que són reconegudes com a espai segur pel turisme LGTBI+ presenten gran nombre de posicions i contradiccions. En primer lloc es planteja la necessitat d'oferir espais a les persones del col·lectiu per tal que puguin gaudir de l'oci i de les relacions socials de forma segura; promovent que l'anonimat que ofereixen impulsi a persones oprimides a poder ser més lliures. Aquesta demanda es justifica a partir de l'evidència que l'espai públic és eminentment heteronormatiu, fet que margina a les persones que no s'identifiquen amb l'esquema hegemònic (Waitt i Stapel, 2011). Aquesta és la posició de l'Organització Mundial del Turisme, que en el seu segon Second Global Report on LGBT Tourism (2017), es centra en establir una guia de recursos i consells per a aquelles destinacions que desitgin promoure el turisme LGTBI.

En segon lloc, aquesta mateixa categorització de l'espai públic es considera anecdòtica, argumentant que els espais segurs acaben essent únicament bars, discoteques o saunes destinades al públic LGTBI+, mentre que l'espai públic segueix reproduint esquemes de discriminació. Per altra banda, es critica que l'estudi del turisme i la comunitat LGTBI+ s'hagi centrat majoritàriament en els homes homosexuals, establint un estàndard irreal que invisibilitza altres persones; així com també que s'hagin promogut iniciatives neo-liberals que converteixen identitats subversives en un producte mercantil (Kettamaa-Squires, 2019). Alhora, es critiquen aquestes iniciatives argumentant que fomenten la concepció d'una única sexualitat, dibuixant fronteres rígides en espais que haurien de garantir el reconeixement d'identitats de gènere, orientacions sexuals, actes de performativitat i cossos múltiples (Waitt i Stapel, 2011). En un estudi enfocat a la percepció dels homes gais sobre els espais públics considerats *gay-friendly*, apareixen tres visions: els que creuen que són santuaris de llibertat; els que

els perceben com espais apartats sota la mirada homosexual, i els que consideren que són espais masculinitzats (Blichfeldt, 2013).

Tenint en compte que els estudis centrats en turisme i la comunitat gai presenten grans mancances, el cert és que els que es centren en la **comunitat lèsbica** constitueixen una part extraordinàriament minoritària del corpus literari acadèmic. En destaquen diferències que certifiquen de nou les múltiples realitats del col·lectiu LGTBI+; com el fet que les dones lesbianes no tenen com una de les principals motivacions mantenir relacions sexuals o que acostumen a escollir allotjaments familiars per sobre d'allotjament categoritzats com a *LGBT-friendly* (Vorobjovas-Pinta i Hardy, 2016). Pel fet de ser dones, a més, les lesbianes queden invisibilitzades dins el paraigües de les sigles LGTBI+, experiències a la que es sumen dinàmiques de sexualització i racialització que les exclouen dels espais considerats *LGBT-friendly*; agreujades especialment com en el cas de Sud-Àfrica (Reygan, 2016).

La **comunitat trans** i les persones que no es veuen identificades amb els dos gèneres binaris hegemònics, relaten experiències diverses i complexes a l'hora d'emprendre un viatge, a causa tant de la seva identitat de gènere o la seva expressió de gènere. La majoria tenen relació amb el cost emocional que té passar per protocols de seguretat, d'identificació de documents o com ara el procés de *check-in* als allotjaments; fets que sovint provoquen por i ansietat (Olson i Reedy-Best, 2019). Tal i com es reporta en aquest estudi, les experiències turístiques de les persones trans o no-binàries és un línia de treball poc explorada.

Per altra banda, la comunitat trans apareix en els articles acadèmics de la disciplina turística únicament com a identitats subversives, situant-les majoritàriament a Tailàndia i vinculades amb el turisme sexual (Enteen, 2014; Ocha i Earth, 2013 i Tan, 2014). En aquests articles es parla majoritàriament de les kathoey, tal i com es coneixen en tailandès, paraula que fa referència a dones trans, persones d'un tercer gènere o homes homosexuals efeminats (Tan, 2014). Des de la concepció eurocèntrica de la sexualitat, però, no es poden establir paral·lelismes entre aquestes identitats i les que aquí prevalen, de tal manera que cal ubicar-les en el seu context cultural i geogràfic (Enteen, 2014).

Les kathoey formen part de l'imaginari col·lectiu internacional de forma caricaturitzada fetitxitzada, fet que ha promogut en major mesura la seva sexualització i la demanda de turisme sexual majoritàriament per part d'homes blancs occidentals (Ochoa i Earth, 2013). Tal visió provoca la seva possessió simbòlica i la reducció de la seva existència a una manera exhibició d'excentricitats, així com també tractes desiguals i colonials per part dels homes occidentals (Tan, 2014). Aquestes identitats han esdevingut un atractiu turístic, i tant és així que s'ofereixen espectacles on les kathoey són les ballarines exòtiques, i on la diversió dels assistents es basa en endevinar el seu sexe biològic, perpetuant una mirada occidental binària en identitats fluïdes (Tan, 2014). Aquestes imatges de paradís sexual i llibertari que dona Tailàndia, reforçades per pel·lícules com ara *Bangkok Love Story* o *Love of Siam* (Käng, 2011), implica que es cregui que les normes culturals que les treballadores sexuals segueixen, quan acostumen a suposar un xoc amb les normes culturals de les classes mitjanes

tailandeses (Käng, 2011). Tot i això altres investigacions afirmen que, en part i amb contradiccions, el turisme sexual suposa una via d'empoderament per les kathoey, de les quals també es demanen serveis d'acompanyament sovint denominats *girlfriend experience* (Ocha i Earth, 2013).

És tant per aquest motiu com a causa dels preus baixos que Tailàndia també ha esdevingut una destinació de turisme mèdic per a aquelles persones que cerquen una operació genital, especialment per a aquelles que tenen genitals masculins i els desitgen femenins, coneguda com a cirurgia de reassignació de sexe. És necessari tenir en compte la pressió a la que aquests estàndards del Nord Global imposen sobre les persones tailandeses. També cal analitzar la representativitat kathoey en les clíniques on ofereixen aquestes cirurgies, amb imatge de persones occidentals en gran majoria. A més, alhora d'escollir quin procés quirúrgic es desitja, la categoria kathoey apareix com a possibilitat, posant de manifest la incomprensió d'aquesta identitat de gènere (Enteen, 2014).

El turisme sexual majoritàriament és estudiant des de les relacions heterosexuales, però hi ha una gran manca de literatura científica que analitzi les dinàmiques que s'esdevenen en les relacions homosexuals. A les interseccions que es produeixen entre processos de racialització i de classe, entre d'altres, és necessari analitzar el pes de l'estigma de sexualitats no hegemòniques; que en les economies en desenvolupament són sovint justificades com a font d'ingressos a llarg termini sense ser considerat homosexual. En el cas de Cuba, per exemple, es contempla que el turisme sexual impliqui mantenir relacions a més llarg termini, on en el contracte que s'estableix entre les dues parts hi poden tenir lloc relacions més personals que fins i tot incloguin el tracte amb la família de la persona local. L'autora destaca que igualment aquestes relacions tenen llocs entre homes blancs de mitjana edat i homes racialitzats més joves, subratllant de nou la necessitat d'estudiar la mercantilització dels cossos i de les relacions sexuals des d'un punt de vista colonial i capitalista (Stout, 2015).

### **6.1.3. La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local**

#### **6.1.3.1. Canvis en l'entorn físic**

Amb el pas dels anys hem anat veient com el turisme s'ha estès per tots els territoris, fins i tot aquelles zones més intrèpides i desconegudes per les persones forasteres. No obstant, el creixement del turisme no sempre ha estat constant i tampoc controlat, de tal manera que els impactes ocasionats s'han hagut d'anar gestionant sense una planificació prèvia.

Per tal de poder entendre, gestionar i minimitzar aquests impactes és necessari primer ser-ne conscients. En aquest sentit, Gligor-Cimpoieru et al. (2017), van analitzar la importància d'emprendre accions mediambientalment sostenibles per a estudiants del grau en turisme, on el gènere va resultar ser un factor diferencial atès que les estudiants femenines hi donaven més importància. Investigacions com aquesta, que demostrin la tendència femenina a atribuir importància al medi ambient i a les polítiques corporatives sostenibles, són necessàries per tal d'entendre'n les causes i poder aplicar la perspectiva de gènere sobre la gestió de l'entorn físic en l'àmbit turístic. Cal destacar també la

importància de l'anàlisi de qui té accés a la gestió dels recursos i espais naturals, que és majoritàriament masculina, especialment en zones rurals on la gestió és familiar (Umaerus et al., 2017).

La perspectiva de gènere aplicada als espais naturals i als recursos ecològics es basa en el corrent ecofeminista, que és aquell que relaciona l'estat de subordinació de la dona amb el d'altres grups no hegemònics, com ho poden ser les plantes, els animals, i en general la natura. Aquesta vinculació pressuposa, doncs, que la gestió dels recursos naturals duta a terme per dones presenta trets diferencials: la visió que es té dels recursos naturals és més holística, les activitats implantades a la zona són més variades, la participació de la comunitat és més activa i la preservació d'espècies naturals és percebuda com a més prioritària i les activitats extractives com a menys prioritàries (Umaerus et al., 2017).

Pel que fa a la percepció de la comunitat amfitriona sobre els espais naturals que els envolten, el gènere també es presenta com un factor determinant en aspectes com ara: les dones tendeixen a donar menys suport al desenvolupament de l'activitat turística, a la construcció d'infraestructures de comunicació (Chen, 2017); mentre que els homes tendeixen a donar menys suport a l'ampliació de les àrees naturals protegides així com també tendeixen a demanar major poder de decisió sobre les terres que tenen en possessió (Pavić et al., 2016). Per altra banda, però, altres investigacions defensen, com en el cas de Cap Verd, que els homes perceben de forma més negativa les activitats extractives, i les polítiques de protecció del medi ambient (Simão i Mósso, 2013).

La **gestió de l'aigua** ha estat i és un dels aspectes clau de la gestió de recursos sota la perspectiva de gènere, especialment al Sud Global i més concretament a Amèrica Llatina. Tot i això, els estudis que relacionen turisme, aigua i gènere són encara escassos tenint en compte l'abast d'aquesta problemàtica, que avarca aspectes com ara: en mans de qui és la gestió d'aquest bé, contaminació de l'aigua, distribució desigual, conflictes per a la seva gestió i la inestabilitat social que provoca (Cole, 2017). Tal i com apunten Weir et al., (2016), les problemàtiques sobre la gestió de l'aigua en cap cas es poden llegir de forma independent, sinó que s'han d'integrar en l'anàlisi dels impactes del canvi climàtic i les relacions de poder que determinen les afectacions d'aquest fenomen.

Les autores parteixen de la base que és necessari aprofundir entre els estudis de turisme-aigua i els de aigua-gènere, per tal de poder entendre les causes que la converteixen en un bé escàs, quines conseqüències provoca la seva gestió ineficaç i, sobretot, com revertir les situacions de desigualtat. Amb aquest objectiu cal tenir en compte en primera instància el paper del turisme depredador en espais naturals, com ara l'ús desproporcionat de grans quantitats d'aigua que provoquen mancances a les comunitats locals. Aquestes han de repartir l'aigua que queda entre aspectes crucials, com ho són tant l'ús quotidià com l'ús per a regadiu dels conreus (Cole i Ferguson, 2015). La situació per a les persones locals es veu agreujada pel fet que sovint no poden entrar a formar part de la indústria turística, atès que no són contractades a les grans infraestructures hoteleres (Cole, 2017).



La falta d'aigua afecta especialment a les dones, atès que són elles les que acostumen a carregar amb tasques de cura on sovint l'aigua és un element bàsic. Havent-se de quedar a casa per a dur a terme aquestes feines implica problemàtiques constants amb la neteja personal, la de les persones al seu càrrec, cuinar o rentar els plats, entre moltes d'altres (Cole, 2017). Per altra banda, els homes acostumen a tenir feina fora de la llar, fet que provoca que no pateixen la falta d'aigua en la mateixa mesura (Cole i Ferguson, 2015). Cal tenir en compte també, a través d'una mirada interseccional, que la falta d'aigua afecta més greument encara les persones migrades, perpetuant desigualtats de classe (Cole, 2017).

#### *6.1.3.2. Canvis en l'entorn social*

En aquest apartat s'analitzen els impactes que té el turisme a nivell social, agrupats en tres aspectes. En primer lloc es posa el focus la perspectiva de la comunitat amfitriona respecte aspectes com la desigualtat en l'accés a turisme, i la limitació al creixement de l'activitat turística. En segon lloc, s'aprofundeix en quin paper juguen els rols de gènere en la conservació del patrimoni, a l'hora de tractar les turistes, en els casos de turisme on s'acull a familiars i amics, en el paper dins de la societat, en la feminització de la indústria i, finalment, en el turisme i l'explotació sexual. El tercer i últim aspecte fa referència a la intersecció entre gènere i raça, especialment pel que fa al mercat laboral i als estigmes que es genera al voltant de les persones racialitzades.

La **perspectiva de la comunitat amfitriona** respecte el turisme és clau per tal d'assegurar la sostenibilitat social de l'activitat turística, i tot i això, és d'extraordinària complexitat aïllar les múltiples variables per tal d'entendre la influència del gènere sense tenir en compte altres factors. És per aquest motiu que diversos estudis apunten cap a teories diverses. Algunes investigacions afirmen que el gènere pot ser un factor d'influència en la percepció dels impactes que es deriven de l'activitat turística sobre la destinació, com a Malàisia (Afthanorhan et al., 2017); en la percepció de la seguretat i el vandalisme, com per exemple a Cap Verd (Simão i Mósso, 2013); o la diferència nul·la en la percepció en l'accés a la participació del turisme detectada a Kenya (Omare et al., 2019). Cal tenir en compte també que les mostres poden ser esbiaixades, atès que les desigualtats socials de gènere poden dur a dinàmiques on la representativitat sigui limitada (Simão i Mósso, 2013).

Pel que fa a la desigualtat a l'**accés als recursos turístics**, (Khasawneh i Al-Smadi, 2019), afirmen que les oportunitats d'accés són estructuralment desiguals, però que les dinàmiques patriarcals que afavoreixen els homes són tan integrades i acceptades que la població amfitriona les ha naturalitzat i no les percep. Sí que es perceben fets puntuals, com ara la representativitat del gènere de les persones que treballen oferint serveis de guia a les turistes, sector altament masculinitzat; mentre que les dones, i especialment les migrades, tenen més presència en els serveis de neteja d'allotjaments turístics (Peyvel i Gibert, 2018).

Respecte al **creixement turístic**, el gènere també ha demostrat ser un mediador en relació a diversos aspectes. En l'àmbit rural i en el cas d'Iran, les dones tenen tendència a mostrar-se més a favor del

desenvolupament turístic, atès que es veu com la creació de llocs de treball amb elevada ocupació femenina (Abdollahzadeh i Sharifzadeh, 2014); mentre que a la mateixa zona la construcció de segones residències és més ben vista pels homes, atès que en aquest cas l'ocupació és majoritàriament masculina (Hajimirrahimi et al., 2017). En els sectors rurals de Romania, els homes mostren més predisposició al creixement de la destinació, mentre que les dones tendeixen a situar-se més a favor del turisme sostenible, independentment del creixement de la destinació, justificant la creació de llocs de treballs agrícoles que duren famílies joves a viure-hi (Muresan et al., 2016). Altres investigacions, com ara en el cas de Besalú, situen el gènere com a variant en la capacitat de càrrega, on els homes es mostren més disposats a regular el nombre de turistes a la destinació, percepció que es pot relacionar amb el fet que mostrin major sensibilitat a l'augment de preus provinent del creixement turístic (Muler et al., 2018).

En segon lloc, s'analitzen els **rols de gèneres** diferencials entre homes i dones en aspectes diversos, que són fruit de dinàmiques globals i, per tant, presenten similituds arreu.

Són múltiples les ocasions en què per causes diverses, el patrimoni cultural, i més especialment l'immaterial, es veu amenaçat i en perill de desaparició. El turisme ha demostrat ser un revulsiu en algunes situacions, però aquest anàlisi sota la perspectiva de gènere segueix essent una línia de treball poc explorada. Investigacions orientades a casos d'estudi concrets demostren que el rol de les dones en la **conservació del patrimoni** és de gran importància, arribant a situar aquestes expressions culturals com a mètodes de resistència. És el cas, entre d'altres, de les *ama*, dones japoneses que han mantingut els mètodes de pesca tradicionals que comporten una relació més propera amb l'oceà (Kato, 2019); les dones que es dediquen a la lluita lliure boliviana, enfrontant-se a l'estereotip que només els homes s'hi poden dedicar (2013); les ballarines índies de danses tradicionals de les classes socials més marginades del país (Putchá, 2019); les teixidores tradicionals de Xipre, que mantenen un patrimoni greument amenaçat (Kokko i Kaipainen, 2015); o les dones de Moreomato, Botswana, que mantenen la cultura gastronòmica de la zona i l'implementen com a eina per a poder aconseguir canvis en les jerarquies socials (Hirtenfelder, 2016).

Per altra banda, és innegable que el turisme crea llocs de treball, com també ho és l'evidència d'analitzar les condicions de l'ocupació. En aquest cas, hi ha investigacions que apunten a la dicotomia de la perpetuació o confrontació dels rols de gènere tradicionals establerts; tenint en compte aspectes com ara qui dissenya el servei turístic o quines feines són ocupades per cada gènere (Cassel i Pettersson, 2015). Aquest últim punt és similar a l'anàlisi de quins són els rols de gènere que es perpetuen en el **turisme de família i amics** (Visiting Friends and Relatives), on familiars i amigues que viuen a l'estranger tornen a casa de vacances o per una estada curta. És habitual en ambdues situacions que les dones s'ocupin de les tasques de cura, com ara planificar les visites, la neteja o la cuna (Capistrano i Bernardo, 2018; Janta i Christou, 2019); dinàmica per la qual les dones manifesten majors nivells d'estrès quan reben una visita (Capistrano i Bernardo, 2018). Les visites a les famílies

són més freqüents per part de les dones que viuen a l'estranger que no per part dels homes (Janta i Christou, 2019).

L'aplicació de la perspectiva de gènere a les comunitats amfitriones provoca canvis en la indústria turística, específicament quan les persones que prenen el lideratge d'empreses, iniciatives o comunitats són dones que segueixen els corrents feministes. Casos com els que veurem a continuació posen de manifest la **feminització de la indústria** en el sentit de nous patrons de comportament i de relacions, no en el sentit quantitatiu de representativitat. Costa et al. (2018), en un estudi sobre els lideratges en empreses turístiques de Portugal, van percebre que aquelles liderades per dones tenien més en compte components emocionals que les liderades per homes; i que aquestes noves maneres de fer són paulatinament implementades en altres companyies. Duffy et al. (2012), en un estudi sobre la feminització en el lideratge d'una comunitat rural equatoriana van detectar unes severes estructures patriarcal i masculistes que dificultaven implementar la perspectiva de gènere aportada per les dones que entraven a formar part de les assemblees.

Establint la relació just al contrari que l'anterior, el turisme també provoca canvis en les comunitats amfitriones a través de la **confrontació a les desigualtats estructurals**. És el cas de les dones de XiaoHuang, Xina, que a través de les oportunitats laborals que ofereix el turisme han pogut independitzar-se sense dependre del matrimoni amb cap home (Song i Chen, 2018). També ho és per les dones de comunitats rurals del Marroc, per bé que en aquest cas la indústria turística s'està desenvolupant reproduint desigualtats a nivell de capacitat de decisió, càrrega de feina i salaris, entre d'altres factors (Berlanga-Adell, 2013). Un últim cas d'estudi, situat a Iran, il·lustra com el turisme permet ahora que les dones estiguin més involucrades a les assemblees i prenguin consciència dels seus drets, mentre ahora es reproduïen estructures de desigualtat per tal de mantenir els rols tradicionals que s'han ofert a les turistes com a autèntics (Sheikhi, 2015).

En tercer lloc, com s'ha mencionat amb anterioritat, la dificultat d'aïllar la variable gènere ve donada per els eixos d'opressió múltiples que es troben en les persones que formen part de les comunitats amfitriones i de la indústria turística. Una de les principals interseccions és la raça, fet que demanda per part de l'acadèmica blanca el reconeixement dels seus privilegis i la integració de la mirada decolonial (Russell-Mundine, 2012). És necessari suplir el buit en la literatura acadèmica sobre l'estudi de les interseccions entre **gènere, raça i turisme** (Rydzik et al., 2017).

En aquest àmbit es detecta de nou la binarietat entre el turisme com a plataforma que té impactes positius en la comunitat amfitriona, així com també com a mecanisme que perpetua desigualtats i riqueses. Un exemple es situa a la regió de l'Himàlaia, on les persones i comunitats més pobres i socialment marginades troben en el turisme una manera de sobreviure, sense poder trencar amb el cicle de la pobresa (Dilshad et al., 2018). El segon exemple es situa a Kenya, concretament en la tribu dels Maasai Mara, on el mateix turisme que perpetua els rols de poder patriarcal permet que les dones obtinguin feines informals i guanyin certa autonomia (Christian, 2015).

De forma general, les dones migrades són considerades inferiors, de forma que els estudis que pugin tenir no són reconeguts; únicament tenen accés a feines menys valorades (tant a nivell de sou com de reconeixement), poques possibilitats de promoció; i les seves condicions laborals són pitjors que les dels homes i que les de les dones blanques, ja que entre les feines feminitzades que se'ls permet realitzar tenen lloc bàsicament en els departaments de *housekeeping* i de recepció (Rydzik et al., 2017). Les seves experiències, històries i sentiments han estat i continuen invisibilitzades, tal i com sovint s'invisibilitza la seva aportació a la indústria turística. Les dones racialitzades, a més, són sovint sexualitzades, i han de complir amb certs estereotips per a optar a llocs de feina dins de l'àmbit turístic, com passa a Haití o a República Dominicana (Aymer, 2011).

Per altra banda, es donen situacions complexes, com pot ser el cas de Sud-Àfrica, on les persones racialitzades que han aconseguit arribar a llocs de més poder adoptin el rol opressor de la persona privilegiada, enlloc d'utilitzar-lo com a plataforma per a modificar el sistema (Hikido, 2017).

Tot i les opressions evidents que es generen en molts àmbits, el turisme ha estat una via que ha permès la reapropiació de la identitat de persones racialitzades, com és el cas de les dones que treballen de *sácamefotos* o de teixidores als Andes peruans (Ypeij, 2012). La reapropiació de l'estigma racial, doncs, pot suposar en alguns casos l'empoderament de les dones que el pateixen (Babb, 2012). D'altra banda, les feines informals que es troben al sector turístic permeten a dones migrades la possibilitat d'entrar fàcilment al mercat laboral i poder guanyar competències, com per exemple lingüístiques, fins a trobar una feina en un altre lloc o que s'adapti millor a les seves necessitats (Rydzik et al., 2017).

Finalment, un dels impactes socials que més controvèrsia generen en l'actualitat és el **turisme sexual i l'explotació sexual** que es poden dur a terme a través del turisme. L'Organització Mundial del Turisme defineix el turisme sexual com a viatges realitzats dins o fora del sector turístic, utilitzant necessàriament les seves estructures, amb l'objectiu principal de promoure una relació sexual comercial entre les turistes i les habitants locals d'una determinada destinació". La percepció tradicional és que els turistes, normalment homes, viatgen a un país del Sud Global amb la finalitat de mantenir relacions sexuals amb prostitutes dones. S'estima que al voltant d'un 10% de turistes a nivell internacional escolliria la seva destinació amb aquest objectiu directe (Castilho et al., 2018).

Tot i això, apareixen opinions contràries a aquesta definició i a la concepció ja marcada en l'imaginari col·lectiu, ja que invisibilitza aquells casos i situacions que queden fora d'aquest esquema. Aquestes altres realitats inclouen: explotació sexual d'infants i adolescents; explotació sexual de persones adultes; aquells viatges on la relació sexual no era el principal objectiu del viatge i, no obstant, s'esdevé; casos en què la transacció no és econòmica; relacions que escapin de l'esquema turista masculí – treballadora sexual femenina; o aquells casos on la relació entre la turista i la treballadora sexual és de més llarga durada i fins i tot es contemplen relacions sentimentals (prèvia transacció econòmica); entre d'altres.

Com passa també en altres casos, la relació que s'estableix entre el Nord i el Sud Global és desigual i parteix de relacions de dominació i opressió preexistents (Salomon, 2012). Les turistes, majoritàriament europees i nord-americanes, aprofiten aquest marc de desigualtat global de pobresa, superioritat i privilegi que els permet justificar-se a elles mateixes que participen en una relació genuïna amb la treballadora sexual. A través d'aquest paradigma es poden arribar a beneficiar sexualment d'infants, justificant que és un intercanvi de favors on la criatura obté educació i regals a canvi de plaer (Castilho et al., 2018). Les normes socials al voltant del gènere i, en especial, relacionades amb la superioritat i virilitat de l'home han creat major tolerància cap a l'explotació sexual infantil (Moncau i París, 2018). En molts casos, la compra de sexe a l'estranger és vista com una escapada temporal de les vides percebudes com a mundanes i banals de les pròpies turistes (Chen, 2017).

Per bé que les definicions de treball sexual i explotació sexual són clares, les realitats imperants no permeten distingir amb tanta facilitat. Cambodja i Tailàndia són dos casos exemplars en aquest aspecte. En aquests països existeix un elevat moviment a les fronteres, creant situacions on les persones migrants es veuen obligades a acceptar feines esclavitzants o a prostituir-se per tal de sobreviure. La indústria creada al voltant del turisme sexual genera milions de beneficis cada any, fet que estimula la creació de llocs de feina en el sector de l'oci per tal d'encobrir el treball sexual. Per altra banda, cal destacar que la discriminació de gènere juga un paper important el tràfic de nenes i de dones, que hi són més vulnerables per la major dificultat d'accedir a llocs de treball en altres sectors (Davy, 2013).

Ampliant l'esquema preconcebut de l'home blanc que viatja al Sud Global per a mantenir relacions sexuals amb una dona, hi ha un gran nombre de factors que mereixen ser el focus d'estudis acadèmics per tal de poder entendre'n les causes i aplicar-hi les mesures necessàries. De fet la norma general dels turistes homes implica dinàmiques d'explotació, pel fet que hi ha estudis que plantegen la necessitat de diferenciar el turisme sexual del turisme de prostitució (Richards i Reid, 2015).

En primer lloc, cal destacar el fet que no tota la prostitució és femenina, sinó que també hi ha treballadors sexuals masculins. Els homes que es dediquen a la prostitució mostren més resiliència als canvis econòmics que puguin patir, però alhora es troben exposats a malalties com ara el VIH, ja que les mesures de protecció i salut sexual no es dirigeixen als treballadors masculins (Johnson, 2017). Alhora, és necessari analitzar la turista femenina que emprèn un viatge amb la motivació de mantenir relacions sexuals, ja que el discurs hegemònic és el que segueix dividint els homes com a persones que cerquen sexe i les dones com a persones que cerquen relacions sentimentals (Valcuende del Río i Cáceres Fera, 2014). La invisibilització de la sexualitat femenina implica que les relacions que s'estableixen amb els treballadors masculins es disfressen restant importància a la pròpia relació sexual, donant importància a l'eròtica i emmascarant la transacció econòmica a través de regals (Frohlick, 2013).

En segon lloc, cal tenir en compte la importància de la racialització de les persones que es dediquen al treball sexual o que són sexualment explotades, ja que constitueix una situació de desigualtat permanent que evidencia la manca de genuïnitat de les relacions sexuals. Altres lectures colonials perpetuen estereotips com ara el conegut com a “big chocolate kiss”, que fa referència a la pretesa hipersexualitat de les persones africanes (Salomon, 2012). Especialment a la zona del Carib, la imatge sexualitzada que es transmet de les persones locals ha empès a l'augment de turistes que busquen sexe en països del Sud Global. El color de la pell de les persones locals, a més, es considera un factor important a l'hora d'interpretar les relacions que s'estableixen entre les turistes i les amfitriones. En el cas de Cuba, es considera turisme sexual les relacions que s'estableixen entre un home estranger i una dona negra o mulata; mentre que es considera “turisme romàntic” les relacions amb dones cubanes blanques (Valcuende del Río i Cáceres Feria, 2014). En un altre país del Sud Global, com és Brasil, la intersecció entre la raça i el gènere relega les dones negres a un lloc en el qual s'espera que siguin criades, es converteixin en objectes sexuals i en subordinats socials (Williams, 2017).

#### *6.1.3.3. Canvis en l'entorn productiu*

En aquest apartat s'aprofundeix en els canvis que provoca el turisme en l'entorn productiu, que és concebut com aquells espais i dinàmiques en les quals hi ha un benefici econòmic. D'un costat, es fa referència al mercat laboral, analitzant quin paper moderador té el gènere en l'assetjament sexual, en les diferències de les condicions del treball, i en lideratge. El mercat laboral turístic constitueix tant una oportunitat com la perpetuació de rols tradicionals, fet que suposa un repte per la igualtat de gènere (Rinaldi i Salerno, 2019). D'un costat és cert que moltes dones troben un lloc de feina i això, a més, permet a les famílies establir-se a un lloc concret per a poder educar els seus fills, com és el cas de les comunitats andines (Maxwell, 2011). No obstant, les condicions laborals poden comportar des de la seva sexualització per a mantenir la feina fins a patir en silenci situacions d'assetjament laboral (Wang i Xu, 2018).

Per altra banda, s'aprofundeix en la relació que té l'emprenedoria amb el gènere i com pot esdevenir un mecanisme per a l'empoderament dels col·lectius oprimits. L'empoderament i l'emprenedoria conformen un binomi amb certes contradiccions, on sovint es deixen de banda els factors que tenen a veure amb la vida quotidiana de les dones que emprenen, esbiaixant els resultats (Möller, 2012).

Cal tenir en compte, però, que la classificació d'aquestes dinàmiques com a espai productiu prové d'una mirada del Nord Global, on la diferència entre mercat laboral i vida quotidiana acostuma a estar ben establerta. Traslladar aquestes definicions a altres contextos geogràfics, com ara l'àmbit rural comunitari, suposa una reestructuració d'aquests conceptes.

El **mercat laboral turístic** tant integra les estructures de desigualtat globals com s'estableix com a plataforma per a poder combatre aquestes desigualtats. Tal i com passa en altres àmbits, es parteix de tres estereotips de gènere, que són els següents: les dones es troben més orientades a la família i

a les cures associades, les dones són menys competents que els homes, i que les relacions socials entre homes comporten l'exclusió de les dones (Carvalho et al., 2019).

Com s'ha mencionat anteriorment, el mercat laboral turístic, on la gran majoria de les treballadores són dones, ofereix oportunitats per a l'**empoderament, reducció la pobresa i obtenció de beneficis**, fet que pot contribuir que les dones se sentin més integrades a la comunitat (Carvalho et al., 2019). Aquest pot ser el cas de les venedores ambulants de la Marina del Cabo de San Lucas, a Mèxic, on es creen llocs de treball informal (Wilson et al., 2012). De fet, s'estima que en zones on el turisme es troba en desenvolupament, les oportunitats creixen per les dones en el turisme cultural creant i venent artesanía, realitzant visites guiades i augmentant la seva participació en la comunitat (Bayno i Jani, 2016).

També es donen casos on les dones passen a ser el cap de família, rol tradicionalment reservat als homes, i pel fet d'ocupar aquesta categoria independentment del seu gènere obtenen els mateixos ingressos (Khatiwada et al., 2014).

L'**estil de lideratge femení** comporta diferències amb el tradicionalment masculí, incloent una perspectiva més holística de les persones treballadores que té en compte les seves responsabilitats fora de l'àmbit laboral. És evident, però, que cal centrar l'anàlisi dels estils de lideratge en funció del context cultural on tenen lloc (Beedle et al., 2013). Aquesta diferència de lideratge pot dificultar l'accés a les dones en posicions de responsabilitat, atès que no es veuen com a compatibles amb les dinàmiques de la indústria (Perkov et al, 2016). És precisament per aquest motiu, que hi ha dones que arriben en càrrecs de responsabilitat que s'adapten als estils de lideratge considerats masculins per tal de poder sobreviure en la indústria, reproduint així l'esquema que en primera instància els havia dificultat la carrera professional (Boyol Ngan i Litwin, 2019; Denizci Guillet et al., 2019). Tot i les dificultats, o precisament a causa de les dificultats, les dones que arriben a ocupar posicions de poder posen èmfasi en ser mentores d'altres dones mentre van escalant verticalment en l'organització (Remington i Kitterlin-Lynch, 2017). És precís no perdre de vista, quan s'analitzen els obstacles als quals s'enfronten les dones, que hi ha situacions on els privilegis de classe poden fer passar per alt les desigualtats de gènere.

Ara bé, els llocs de **treball informal** no garanteixen una estabilitat ni uns ingressos elevats, així que moltes treballadores es veuen abocades a l'explotació o a l'autoexplotació (Wilson et al., 2012). Aquestes posicions dins el mercat turístic inclouen tant el treball per a una empresa com treball autònom, amb tasques com per exemple la fabricació i venda d'artesanía (Khatiwada et al., 2014). Algunes característiques de la precarització del mercat laboral femení inclouen feines de menor reconeixement, treball precari i estacions amb poques oportunitats de desenvolupament, dificultat de promoció horitzontal i vertical, diferències salarials, i possibilitats de treballar en àmbits diferents (González-Serrano et al., 2018). Així com els homes tendeixen a ser en llocs de responsabilitat, cuina, restauració i administració; les dones són majoria en les feines de neteja i atenció al client, amb menys càrrecs de responsabilitat (Carvalho et al., 2019).

Dos dels efectes més visibles de les desigualtats estructurals són la **diferència salarial**, entesa com la diferència de sou en una mateixa feina per motiu de gènere, i el **sostre de vidre**, entès com la barrera invisible que representa les limitacions de les dones per a obtenir promocions verticals. Les causes del sostre de vidre són variades, però tenen relació amb les barreres comentades amb anterioritat, com ara el fet que les relacions laborals entre homes tendeixen a ser més fortes i el fet que les dones carreguen amb les tasques de cura que no els permeten dedicar les mateixes hores a la feina (Carvalho et al., 2014). A més, les tasques de cura impliquen menys possibilitats de mobilitat internacional per a les dones, fet que dificulta més encara la promoció (Bakas et al., 2018). Les diferències salarials afecten a totes les categories laborals, independentment del nivell d'estudis que tingui la persona que l'ocupa (García-Pozo, 2014); diferències que es calculen de mitjana a un país com Austràlia en un 8,5% menys per les dones en el sector turístic respecte els seus companys masculins, i un 7,5% menys per a les dones en el sector hotelier (Kortt et al., 2018).

Altres exclusions que pot patir la dona en el mercat laboral són integrades en les **estructures d'organització de les empreses**, promovent cultures d'empreses que imposen dinàmiques de treball sense perspectiva de gènere. D'aquesta manera s'exigeix disponibilitat completa com a requisit indispensable per a treballar, sense tenir en compte les tasques de cura que han de realitzar les treballadores i que acostumen a recaure en mans femenines; i s'estableixen patrons de comportament que inclouen exclusió, bromes inapropiades, sexualització o que les opinions de les dones siguin menyspreades (Carvalho et al., 2019).

Un altre factor que crida l'atenció és el nombre aclaparadorament majoritari d'**estudiants de turisme femenines**, amb el contrast de ser, en canvi, minoria en els llocs de responsabilitat; veient d'aquesta manera com la realitat del mercat laboral dista en gran manera de les expectatives de les estudiants (Costa et al., 2012). Les dones, a més, tenen tendència a obtenir un expedient acadèmic de major puntuació que els homes (Ferreira i Silva, 2016).

Els contextos geogràfics i les dinàmiques de les zones on es desenvolupa l'activitat turística poden ser determinants en l'anàlisi de la situació del mercat laboral. És per aquest motiu que cal tenir en compte el context global, com ara la situació de les dones migrades o les dones racialitzades (Soronellas et al., 2013). En la mateixa investigació s'afirma que una altra variable de gran influència és la situació a les zones rurals, on els homes ocupen posicions en el sector primari i, en canvi, les dones desenvolupen aquelles tasques del sector terciari relacionades amb les cures, promovent canvis en les dinàmiques rurals que porten a feminitzar-les. El mercat laboral turístic en zones rurals s'adapta a les dinàmiques d'aquestes àrees, fet que implica que les diferències salarials entre homes i dones s'accentuin encara més (Cikic et al., 2018). Es calcula que la diferència salarial entre les dones que formen part del mercat laboral turístic urbà i el rural és d'aproximadament un 23% en detriment de l'àmbit rural, per bé que també és necessari tenir en compte les variabilitats en el cost de vida (Rivera Mateos, 2018).



L'**assetjament sexual** en el lloc de treball és un tema que ha guanyat un protagonisme creixent en els darrers anys, tal i com han explorat Cheung et al., (2017). A causa de factors com ara llargues hores de treball, torns nocturns, prevalença d'alcohol i intimitat del "servei d'hospitalitat", la indústria de l'hostaleria/turisme és especialment susceptible al problema d'assetjament sexual. Altres factors com ara les estructures organitzatives jeràrquiques de la indústria dels serveis, el baix estat laboral dels empleats, els nivells d'interacció social entre els treballadors de tots els nivells, les expectatives laborals i la imatge sexualitzada que algunes organitzacions volen promoure, poden fer més vulnerables els empleats de la indústria turística vers l'assetjament.

L'assetjament sexual pot tenir nombrosos efectes negatius, incloses relacions laborals pobres, pèrdua monetària, insatisfacció dels empleats, pèrdua d'adhesió a l'organització i augment de les intencions de rotació dels treballadors. Tanmateix, protegir aquests darrers de l'atenció sexual no desitjada, ja siguin companys, directius o clients, és també el deure de l'empresària de tenir cura del seu personal i repercuteix en una sèrie d'igualtat d'oportunitats associades i preocupacions ètiques més àmplies.

D'altra banda, moltes treballadores de la indústria de l'hostaleria/turisme també accepten l'assetjament sexual com a "part del treball" i estan condicionades a negar l'existència d'aquests incidents. Aquesta negació pot ser conseqüència del requisit de paciència i tolerància de les indústries orientades als serveis i de la manca de polítiques clarament articulades i de suport que protegeixin les empleades de l'assetjament sexual. L'existència de dinàmiques de poder entre les treballadores i els clients augmenta la vulnerabilitat de les primeres respecte l'assetjament sexual.

Un exemple d'aquest fenomen té lloc amb les tour líders de viatges a Àsia, les quals afirmen patir assetjament sexual per part dels turistes que viatgen en un tour organitzat. No obstant, elles acostumen a adoptar estratègies passives per fer front a incidents d'assetjament sexual, a més de que desconeixen si les agències on treballen tenen una política que les protegeixi i no tenen informació o formació suficient sobre l'assetjament sexual al lloc de treball.

Una gran segona temàtica en l'entorn productiu del turisme és l'**emprenedoria**, que molt sovint va relacionada amb l'empoderament de col·lectius que fins al moment han estat oprimits. En aquest apartat es posa èmfasi en dos aspectes. En primer lloc, analitzar de quina manera la perspectiva de gènere, en aquest cas procedent de l'economia feminista, té impacte sobre l'àmbit productiu de turisme turístic. En segon lloc, s'analitza de quines maneres l'emprenedoria i l'empoderament es relacionen amb el gènere.

L'**economia feminista** planteja canvis estructurals en les actuals dinàmiques i relacions de poder, ja que planteja que les esferes productives (les que aporten benefici econòmic) i les reproductives (les de cura) no es poden dissociar. Des d'aquest plantejament es defensa que la relació existent entre

aquestes dues esferes és la que permet que ambdues segueixin en funcionament. Així doncs, mantenir-les unides suposa tant obtenir una perspectiva holística de les persones treballadores, com també trencar amb l'estructura que atribueix les tasques productives als homes i les reproductives a les dones (Bakas, 2017). Trencar amb aquest esquema a llarg termini suposaria deixar d'atribuir gèneres a llocs de treball o sectors professionals concrets i, per tant, augmentaria la resiliència de la comunitat davant de moments de crisi concrets.

A nivell estructural, el plantejament de l'economia feminista sobre la totalitat del mercat suposaria una reestructuració del sector; fent del turisme una eina per a empoderar a les dones i aconseguir igualtat d'oportunitats entre els gèneres (Nassani et al., 2018). En el cas de les persones que emprenen, doncs, és especialment clau tenir en compte aquest plantejament, atès que en aquests projectes els rols entre les esferes de producció i de cura són difusos (Bakas, 2017). L'empoderament del gènere a través del turisme desafia perspectives arrelades al paper de les dones que han de criar fills i com a esposes atentes, mentre que els homes donen suport econòmic a la llar (Surangi, 2018). En trencar els cicles de rols de gènere subordinats, el turisme ha proporcionat noves fonts d'autoconfiança, reducció dels sentiments de buidor i més educació professional a les dones (Aghazamani i Hunt, 2017).

El turisme recolza l'**empoderament econòmic** de totes les persones en funció de l'ocupació, la renda i les oportunitats d'emprenedoria. No obstant això, en alguns casos, el turisme proporciona un notable empoderament específicament per a les dones. Tot i la voluntat de les institucions públiques per promoure l'empoderament femení, i essent conscients de les desigualtats existents, les dones emprenedores només reben ajudes específiques en cas de ser víctimes de la violència de gènere (Pallarès-Blanch et al., 2015). Alhora, també ha millorat l'accés a formes d'educació i de participació en organitzacions socials que condueixin a l'empoderament de les dones. El nou estatus per a aquestes darreres creat a través del turisme també ha donat com a resultat canvis en els codis morals preconcebuts, voluntat d'adquirir habilitats (per exemple, per a la comunicació i la negociació) i la capacitat de formar part en la presa de decisions (Aghazamani i Hunt, 2017). Tot i aquests canvis, és necessari investigar està reforçant o intensificant els rols de gènere en l'àmbit domèstic (González i Izcar, 2019).

Els petits negocis provinents de l'emprenedoria acostumen a ser més vulnerables als canvis econòmics i socials, per bé que diverses investigacions han apuntat a una major resiliència quan la persona que lidera el projecte és una dona. D'igual manera, l'emprenedoria femenina acostuma a tenir un major impacte positiu en la resiliència de la comunitat on s'estableix (Bakas, 2017). Els resultats mostren que les dones tenen més disciplina i responsabilitat quan emprenen, però també mostren menys tendència a l'emprenedoria i menor voluntat de córrer riscos que els homes (Muñoz-Fernández et al., 2016).

L'emprenedoria femenina, com hem mencionat amb anterioritat, tendeix a percebre poques o nul·les ajudes públiques en termes generals. Tot i això, existeixen casos concrets on governs com el de Ghana han creat mesures concretes d'assessorament per tal de poder guiar a les dones que desitgin

emprendre (Ali, 2018). La necessitat d'aquestes mesures és vital, atès que tot i que les barreres de desigualtat socials són clares i han estat abundantment estudiades, un gran nombre de les dones que emprenen manifesten no ser-ne conscients (Costa et al., 2016). La importància d'apostar per a la promoció específica de la participació femenina recau en l'augment de la capacitat de lideratge, una mostra clara d'igualtat de gènere (Pallarès-Blanch et al., 2015).

Un altre cas pràctic on s'exemplifica aquesta dinàmica és el del Parc Nacional de Bardia al Nepal. En aquesta destinació turística les dones empresàries obtenen beneficis a nivell individual, com ara la confiança en elles mateixes i habilitats personals, accés a ingressos econòmics i al rol decisor en la família. Alguns d'aquests beneficis estan relacionats amb l'empoderament. Tanmateix, per vincular millor l'emprenedoria ecoturística amb l'empoderament de les dones, en aquest cas caldria resoldre els reptes específics de gènere de la regió rural del Nepal bàsicament vinculats a una societat patriarcal (Panta i Thapa, 2017). En un altre àmbit rural, com pot ser l'agroturisme les investigacions han trobat que aquest tipus de turisme contribueix a quatre àmbits d'empoderament per a les dones: psicològic, social, polític i econòmic. No obstant això, la cultura de certes comunitats encara té una influència considerable en la dinàmica de gènere i pot arribar a impedir que les dones obtinguin tots els avantatges del desenvolupament turístic (Arroyo et al., 2019). D'altra banda, pel que fa a les motivacions per iniciar l'activitat turística, les dones empresàries estan més motivades per elements de l'àmbit econòmic i, per tant, tenen un paper més important en la presa de decisions en els criteris econòmics i en la diversificació de l'agricultura (Dieguez-Castrillon et al., 2012).

## **6.2. Programa i metodologia provisional de l'assignatura**

### **6.2.1. Programa provisional de l'assignatura**

En base a la revisió bibliogràfica feta a l'apartat anterior, s'adjunta a continuació la proposta de programa provisional per l'assignatura de Turisme i Gènere dins el context del Grau de Turisme.

Codi - Assignatura	Turisme i gènere		
Matèria	Bases del coneixement turístic	Curs	Tercer/Quart
Tipus assignatura	Optativa de menció en direcció turística	Crèdits	3 cr. ECTS
Hores presencials	30 hores	Hores de treball autònom	45 hores

### BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Si bé és cert que els estudis en turisme són variats i han incorporat visions d'altres disciplines socials, la seva relació amb els estudis de gènere continua essent un àmbit poc explorat que obre les portes a un gran nombre de possibilitats. La visió holística que ofereix la perspectiva de gènere permet, i gairebé obliga, a una revisió integral de la indústria turística. La transversalitat feminista inclou aspectes com ara: les motivacions de les persones que emprenen un viatge, els relats de destinació creats, els impactes de l'activitat turística sobre el territori i sobre la comunitat local o qui és exclòs d'aquesta indústria, entre altres factors.

Per altra banda, els fets puntuals que esdevenen revisables gràcies a aquestes noves mirades responen a estructures de poder establertes i reforçades tant per antiguitat com per un gran nombre d'agents. Des dels feminismes és necessari identificar aquests lligams, desxifrar-los, analitzar-los i crear espais des d'on discutir-los. Aquesta assignatura es constitueix com un espai de lectura crítica i de resignificació de dinàmiques presents en l'àmbit turístic.

### COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB02- Que les estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.

CB03- Que les estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

CB04- Que les estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

### COMPETÈNCIES GENERALS

CG01- Valorar l'impacte social i mediambiental d'actuacions en el seu àmbit, sostenibilitat.

CG04- Tenir compromís ètic.

CG05- Treballar en equip.

CG07- Prendre decisions i resoldre problemes, interpretant i avaluant amb esperit crític els resultats obtinguts.

CG08- Dominar les tècniques de la comunicació oral i escrita per a la transmissió d'informació, idees, opinions...

CG09- Treballar en un context internacional.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

---

CE01- Comprendre els principis del turisme i els impactes socioculturals i ambientals que se'n deriven.

CE02- Analitzar la dimensió econòmica del turisme a nivell internacional.

CE03- Comprendre el sistema turístic mundial i el caràcter evolutiu de les característiques dels seus components.

CE04- Dominar els fonaments i aplicar metodologies científiques en la investigació turística.

CE13- Gestionar espais i destinacions turístiques.

### CONTINGUTS TEMÀTICS

---

1. Perspectiva de gènere i feminismes
  - 1.1. Conceptes bàsics
  - 1.2. La complexitat dels moviments feministes: història i corrents de pensament
2. Turisme i gènere
  - 2.1. Quina relació hi ha entre les dues disciplines?
  - 2.2. Aplicacions pràctiques de la perspectiva de gènere en el turisme
3. La perspectiva de gènere aplicada a qui viatja
  - 3.1. Influència amb anterioritat a l'experiència turística
  - 3.2. Influència durant l'experiència turística
  - 3.3. Influència amb posterioritat a l'experiència turística
4. La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic
  - 4.1. Qui i com és present al relat turístic: de l'acadèmia al relat de la destinació
  - 4.2. Qui no és inclòs al relat turístic de la destinació?
  - 4.3. Noves dinàmiques i actors sorgits des de la perspectiva de gènere
5. La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local
  - 5.1. Impactes en l'entorn físic: de la gestió de recursos al canvi climàtic
  - 5.2. Impactes en l'entorn social: diverses visions aplicades a una mateixa realitat
  - 5.3. Impactes en l'entorn productiu: de les faldilles a les corbates

## METODOLOGIA

La metodologia d'aprenentatge que es posa en pràctica en aquesta assignatura es basa en elements clau de la pedagogia queer, de tal manera que s'assoleixin els objectius definits amb anterioritat. Aquesta pedagogia parteix de la teoria queer, fet que suposa canviar dinàmiques presents a les aules, com poden ser les figures d'autoritat o les classes magistrals com a base per a l'aprenentatge.

Tenint en compte les limitacions i les dificultats que suposa la implementació a l'aula de la pedagogia queer, algunes de les metodologies proposades a l'aula inclouen: debat dirigit, comentari de lectures i exercicis pràctics, sense excloure altres metodologies que puguin ser adequades.

## SISTEMES D'AVUACIÓ

L'avaluació és el procés de valoració del grau d'assoliment dels aprenentatges per part de l'estudiant en relació a les competències pròpies d'aquesta assignatura.

En aquest sentit l'estudiant podrà optar per ésser avaluat de forma continuada durant el curs o mitjançant una avaluació única al final del període establert.

**Avaluació Continuada:** consisteix en la valoració del procés d'ensenyament-aprenentatge a partir del seguiment continuat durant el curs del treball que realitza l'estudiant i dels aprenentatges que incorpora.

**Avaluació Única:** consisteix en la valoració d'aquest procés al final del període establert, per a tot aquell estudiant que, per raons justificades, no pot assistir regularment a les classes presencials. Aquesta valoració es realitza a partir de les evidències que aquesta assignatura té dissenyades a aquests efectes. En cas que l'estudiant decideixi cursar l'assignatura amb avaluació única les activitats es desenvoluparan de forma individual.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Entrevistes amb testimonis: aproximació a la vinculació de turisme i gènere.	10 %	10%
Anàlisi d'un article acadèmic amb perspectiva de gènere.	20 %	20%
La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica.	25 %	25%
Formant part de la comunitat local: de la pràctica a la teoria	20 %	20 %

Casos pràctics amb perspectiva de gènere	25 %	25 %
--	------	------

**Reavaluació de l'Assignatura**

En el cas que l'estudiant no aconsegueixi assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, té l'opció de seguir un procés de reavaluació, oferint-li la possibilitat de demostrar novament la seva capacitat per a l'assoliment de les competències associades en aquesta assignatura.

**FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA**

---

Anzaldúa, G. (2012). *Borderlands* (4a ed.). San Francisco: Aunt Lute Books.

Basurto-Barcia, J. i Ricaurte-Quijano, C. (2017). Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research\*. *Anatolia*, 28(4), 567-581. DOI: 10.1080/13032917.2017.1370781.

Cañada, E. (2019). *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona. Alba Sud Editorial, Informes en contrast, núm 7.

Chhabra, D., Andereck, K., Yamanoi, K. i Plunkett, D. (2011). Gender equity and social marketing: An analysis of tourism advertisements. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(2), 111-128. DOI: 10.1080/10548408.2011.545739.

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*. 1(8), 139-167.

Holden, A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. Nova York: Routledge.

Kenttamaa Squires, K. (2019). Rethinking the homonormative? Lesbian and Hispanic Pride events and the uneven geographies of commoditized identities. *Social and Cultural Geography*, 20(3), 367-386. DOI: 10.1080/14649365.2017.1362584.

Moreno, D., i Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 903-919. DOI: 10.1080/09669582.2019.1588283.

Mura, P. (2018). The future of gender studies in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 141-143. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.020.



### 6.2.2. Metodologia provisional de l'assignatura

A continuació, es detallen les activitats proposades dins el programa adjunt a l'apartat anterior. Les activitats exposades a continuació són plantejades sota el paraigües de la pedagogia queer, tenint en compte que pretenen ser un generador i no un reforç del coneixement; els percentatges de les avaluacions tenen pesos semblants i les dinàmiques tenen la finalitat de ser compartides a l'aula.

Activitat	Competències	Continguts	Metodologia	Avaluació (%)
Activitat 1	CB03; CB04 CG07 CE01	Perspectiva de gènere i feminismes (coneixement transversal). Introducció a turisme i gènere.	Entrevistes amb testimonis: aproximació a la vinculació de turisme i gènere	Continuada: 10% Única: 10%
Activitat 2	CB02; CB03 CG04; CG07 CE03; CE04	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal). La perspectiva de gènere aplicada a qui viatja.	Anàlisi d'un article acadèmic amb perspectiva de gènere	Continuada: 20% Única: 20%
Activitat 3	CB03; CB04 CG01; CG04; CG05; CG08; CG09 CE13	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal). La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic.	La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica	Continuada: 25% Única: 25%
Activitat 4	CB02; CB03 CG01; CG04; CG07 CE01; CE02; CE03	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal). La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local.	Formant part de la comunitat local: de la pràctica a la teoria	Continuada: 20% Única: 20%

Activitat 5	CB03, CB04 CG01; CG07; CG08; CG09 CE01; CE03	Aplicació de tots els continguts treballats al llarg de l'assignatura.	Casos pràctics amb perspectiva de gènere	Continuada: 25% Única: 25%
-------------	---	--	--	-------------------------------

Taula 1. Metodologia provisional de l'assignatura. Font: elaboració pròpia.

A continuació s'expliquen de forma detallada les activitats especificades a la taula anterior.

### **Activitat 1: Entrevistes amb testimonis: aproximació a la vinculació de turisme i gènere**

Per tal d'iniciar els continguts inclosos en l'apartat de turisme i gènere previst al programa, es durà a terme una activitat que té per objectiu realitzar entrevistes per tal d'obtenir les temàtiques principals que es tractaran en aquest àmbit a través de l'escolta activa i l'extrapolació dels resultats.

Prèviament, a l'aula es consensuaran preguntes que cada estudiant formularà a dues persones, i que tindran la finalitat d'identificar el màxim nombre possible de manifestacions de la perspectiva de gènere en la indústria turística. Un cop determinat un ventall ampli de preguntes, cada estudiant establirà una entrevista amb dues persones de perfils diferents, ja sigui per edat, nacionalitat, bagatge cultural, identificació de gènere, experiència en viatges, etc. Tenint en compte les experiències i pensaments aportats per les testimonis, es posaran en comú per tal de poder categoritzar les temàtiques que es vagin identificant.

### **Activitat 2: Anàlisi d'un article acadèmic amb perspectiva de gènere**

Per tal de consolidar els coneixements adquirits respecte el punt tres del programa, la perspectiva de gènere aplicada a qui viatja, cada estudiant treballarà sobre un article científic que tracti algun dels aspectes relacionats.

L'objectiu és que cada participant analitzi un dels articles de forma crítica, per tal de detectar-hi mancances que es puguin complementar tenint en compte els continguts treballats a l'aula. D'aquesta manera es promou la reflexió sobre la multiplicitat d'actors i de relacions que influeixen aspectes com les motivacions, el comportament o la satisfacció de les persones que viuen una experiència turística.

### **Activitat 3: La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica**

Amb l'objectiu de treballar els continguts del punt quatre del programa, la perspectiva de gènere aplicada al relat turístic, es presentaran diverses campanyes publicitàries o accions concretes de promoció d'un destinació turística a l'aula. Aquestes seran diverses en geografia, en públic objectiu, en temporalitat i en estratègia de màrqueting, de manera que s'obtingui una panoràmica global d'aquest aspecte.

En petits grups d'entre dos i tres estudiants, es realitzarà un anàlisi complet sobre cadascuna de les campanyes sota la perspectiva de gènere, per tal de detectar-hi els punts forts i els punts febles; desenvolupant dues preguntes bàsiques: qui i com hi és representat?; qui hi manca?. Finalment, cada grup desenvoluparà una proposta de campanya o d'acció per donar a conèixer el mateix destinació amb perspectiva de gènere.

De forma alternativa i complementària, l'anàlisi es podrà dur a terme sobre l'evolució de la promoció d'un mateix destinació al llarg del temps.

#### **Activitat 4: Formant part de la comunitat local: de la pràctica a la teoria**

Aquesta activitat consistirà en la reflexió i explicació a l'aula d'experiències pròpies o de terceres persones en l'àmbit turístic amb perspectiva de gènere i des del punt de vista de formar part de la comunitat local, per tal de treballar els continguts del tema 5, la perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local.

A través de la reflexió compartida a l'aula, cada estudiant analitzarà les causes d'aquesta situació i proposarà polítiques i/o mecanismes concrets per a evitar-les. En cas que existeixin mesures enfocades en aquests aspectes, se n'estudiarà l'adequació, la validesa i la utilitat.

#### **Activitat 5: Casos pràctics amb perspectiva de gènere**

Aquesta activitat, que serà l'última, haurà estat treballada de forma conjunta a l'aula durant l'assignatura. A cada sessió, una estudiant diferent presentarà una notícia d'actualitat que faci referència a l'àmbit del turisme i la compartirà a l'aula. A través del debat es reflexionarà sobre la notícia amb perspectiva de gènere, per tal de fer-ne noves lectures.

En finalitzar l'assignatura i tenint en compte tots els continguts del programa, cada estudiant elaborarà un escrit nodrint-se de les reflexions i comentaris conjunts. Totes les aportacions seran recollides amb la finalitat de crear un portfoli amb casos pràctics actuals sobre turisme i gènere.

### **6.3 Anàlisi de les entrevistes en profunditat**

L'anàlisi de les entrevistes en profunditat es planteja des d'una matriu que contempla quatre ítems (veure pàgina 117). En primer lloc el codi fa referència a la persona entrevistada. En segon lloc, es presenten quatre variables coincidents amb els quatre àmbits del programa que es sotmeten a revisió a través de les entrevistes: justificació de l'assignatura, continguts temàtics, metodologia i avaluació i fonts d'informació bàsiques. Finalment, les categories s'estableixen com un resum de l'argument aportat per les entrevistades, que s'explicita a l'ítem "fragment".

A continuació, es presenten els canvis realitzats al programa a través de les quatre variables designades. Pel que fa a la justificació de l'assignatura, ambdues coincideixen en que aquesta és una optativa necessària on, a més, cal reconèixer la transversalització que hauria de tenir el gènere en els estudis de turisme i reforçar aquesta vinculació.

Incorporar els estudis de gènere en una carrera professionalitzant com és el turisme és imprescindible, perquè el gènere és una de les categories fonamentals per entendre el què està passant amb el sector turístic. (Ernest Cañada)

Cal una perspectiva més integral, i per poder avançar en creació de coneixement en aquest sentit, el primer que hem de fer és formar a persones en perspectiva de gènere. (Dra. Berezi Elorrieta)

Respecte dels continguts temàtics, s'emfatitza la necessitat d'ampliar les fonts d'informació, des d'aquelles més bàsiques a aquelles que no sempre es recullen en bases de dades acadèmiques i, a més, utilitzar bases de dades d'investigacions amb recent publicació. Això permetria vincular la recerca acadèmica amb els corrents feministes que actualment estudien la realitat des de punts de vista diversos. Aquesta necessitat prové d'una recerca limitada tant des de l'acadèmica, institucions com l'Organització Mundial del Turisme o el propi moviment feminista que ha provocat passar per alt problemàtiques diverses.

Hi ha temes importants que tenen a veure amb la producció turística que no es tenen en compte des del moviment feminista, o que s'han deixat molt de banda en els últims anys. (Ernest Cañada)

Tenint en compte que la societat és desigual des de múltiples categories, ampliar l'anàlisi a través d'aquestes fonts d'informació permetria incloure temàtiques que actualment no s'estan tenint en compte com ara: els treballs de cures assalariats, la inseguretat percebuda per turistes i residents, l'impacte positiu i negatiu del turisme a nivell de formació, indicadors socials (qualitat de vida, formació, etc.) o la participació ciutadana en processos de decisió. Tot això ha portat a la necessitat de reorganitzar alguns continguts de l'assignatura, per tal de començar des d'una base més global que presenti en primer terme quines són les barreres i desigualtats presents. Així doncs, poder entendre de quina manera la producció turística hi interactua, creant un relat més adequat per l'assignatura.

Jo diria d'alguna manera, que l'objectiu de l'assignatura és fer que l'alumnat prengui consciència de com interactua el turisme amb unes desigualtats de gènere estructurals que estan presents en la societat, i que el turisme està present, forma part d'ella. (Ernest Cañada)

Aquestes reflexions han portat a realitzar alguns canvis en el programa proposat d'assignatura. En primer lloc, la breu descripció d'aquesta s'ha modificat per tal de donar més èmfasi a l'ànima d'aquesta optativa que és la desigualtat de gènere. D'altra banda, s'han reorganitzat els continguts temàtics, afegint un apartat que analitza les dinàmiques productives del turisme i incorporant una base sobre la qual desenvolupar els següents apartats. A més, s'ha invertit l'ordre del tercer i quart apartat, per tal de millorar la configuració del relat de l'assignatura.

En l'apartat de metodologia i avaluació es destaca la necessitat d'adequar els continguts al coneixement de les alumnes, tenint en compte que al llarg del grau no es tracten conceptes relacionats amb el gènere. Per tal de poder proveir aquest coneixement es planteja que les activitats siguin més aviat un reforç de l'assoliment dels conceptes que no pas un generador d'informació. Per altre costat es menciona que pel fet de ser una assignatura optativa, es redueixi el nombre d'activitats i que s'introdueixin aspectes com ara l'anàlisi de dades quantitatives. Una altra recomanació és fer ús de les noves tecnologies com a eines d'aprenentatge útils i eficaces, reforçant la idea inicial d'utilitzar diverses metodologies. Per últim, es proposa de fer un examen on s'analitzi un cas pràctic que inclogui els continguts de l'assignatura. No obstant, aquesta idea no s'ha implementat atès que al llarg de l'assignatura es treballa sobre casos d'actualitat.

Si vols posar varies activitats, potser em replantejaria que no fossin 5 sinó 3, i que les que siguin estiguin molt ben acotades, que no requereixin massa dedicació perquè en tres setmanes quanta estona li pots dedicar a una assignatura d'entre 4? (Dra. Berezi Elorrieta)

El que sí ha estat modificat és les activitats plantejades per dur a terme l'avaluació de l'optativa. En primer lloc, s'han fusionat la primera activitat (entrevistes amb testimonis: aproximació a la vinculació de turisme i gènere) amb la quarta (formant part de la comunitat local: de la pràctica a la teoria). D'aquesta manera es continuen realitzant les entrevistes però, en aquest cas, amb la finalitat d'obtenir una visió més àmplia de la comunitat amfitriona. La segona activitat amb variacions és: "Anàlisi crític quantitatiu de la realitat turística", que en el programa provisional era: "Anàlisi d'un article acadèmic amb perspectiva de gènere". Els canvis realitzats en aquesta darrera activitat inclouen metodologies quantitatives, anàlisis en profunditats d'aspectes tractats a classe i la incorporació de l'ús de noves tecnologies.

Finalment, pel que fa a les fonts informació bàsiques, ambdues expertes recomanen que s'incloguin més lectures bàsiques sobre gènere per tal d'adequar els continguts a les estudiants, tal i com també es mencionava anteriorment i poder assegurar que totes les alumnes poden adquirir els coneixements bàsics per seguir l'assignatura. A més, recomanen que totes les lectures no siguin en anglès per assegurar la bona comprensió de totes. D'altra banda, es proposa canviar la manera en com està escrita la bibliografia ja que actualment hi ha una reivindicació feminista per incloure no només el cognom sinó també el nom en les referències publicacions, llibres, articles, etc. Respecte aquests

darrers, es destaca la possibilitat de tenir referències d'accés obert per a que tothom les pugui consultar i que aquestes siguin plurals per tal d'incorporar el major nombre de perspectives possibles.

Tens el risc que desconnectin i que no tinguin cap material de suport. Tu els hi has de poder donar 2 o 3 coses bàsiques que es poden llegir. Et fan falta algunes coses més simples sobre anàlisi de gènere (un parell) i gènere i turisme. (Ernest Cañada)

Es dona per fet que tothom té certes competències lingüístiques i la realitat no és així. Aleshores, em sembla una mica discriminatori cap als estudiants que no dominen l'anglès. (Dra. Berezi Elorrieta)

A partir d'aquestes reflexions, algunes fonts d'informació bàsica s'han eliminat i noves han estat incorporades per tal de tenir lectures bàsiques a la disposició de les alumnes. A més, la bibliografia ha incorporat el nom de les autores per fer visible el seu gènere.

#### **6.4. Proposta definitiva del programa i metodologia**

##### **6.4.1. Programa definitiu de l'assignatura**

A continuació es presenta el programa definitiu de l'assignatura, tenint en compte les modificacions aportades en les entrevistes en profunditat.

Codi - Assignatura	Turisme i gènere		
Matèria	Bases del coneixement turístic	Curs	Tercer/Quart
Tipus assignatura	Optativa de menció en direcció turística	Crèdits	3 cr. ECTS
Hores presencials	30 hores	Hores de treball autònom	45 hores

### BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Les estructures de poder establertes són intrínsecament desiguals, i es veuen reforçades tant per antiguitat com un gran nombre d'agents que les recolzen. Gràcies a les noves mirades en perspectiva de gènere alguns d'aquests fets esdevenen revisables. Des dels feminismes, doncs, és necessari identificar aquests lligams, desxifrar-los, analitzar-los i crear espais des d'on discutir-los.

Si bé és cert que els estudis en turisme són variats i han incorporat visions d'altres disciplines socials, la seva relació amb els estudis de gènere continua essent un àmbit poc explorat que obre les portes a un gran nombre de possibilitats. La visió holística que ofereix la perspectiva de gènere permet, i gairebé obliga, a una revisió integral de la indústria turística. La transversalitat feminista inclou aspectes com ara: les motivacions de les persones que emprenen un viatge, els relats de destinació creats, els impactes de l'activitat turística sobre el territori i sobre la comunitat amfitriona o qui és exclòs d'aquesta indústria, entre molts altres factors. Aquesta assignatura es constitueix com un espai de lectura crítica i de resignificació d'aquestes dinàmiques presents en l'àmbit turístic.

### COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB02- Que les estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.

CB03- Que les estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

CB04- Que les estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

### COMPETÈNCIES GENERALS

CG01- Valorar l'impacte social i mediambiental d'actuacions en el seu àmbit, sostenibilitat.

CG04- Tenir compromís ètic.

CG05- Treballar en equip.

CG07- Prendre decisions i resoldre problemes, interpretant i avaluant amb esperit crític els resultats obtinguts.

CG08- Dominar les tècniques de la comunicació oral i escrita per a la transmissió d'informació, idees, opinions...

CG09- Treballar en un context internacional.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

---

CE01- Comprendre els principis del turisme i els impactes socioculturals i ambientals que se'n deriven.

CE02- Analitzar la dimensió econòmica del turisme a nivell internacional.

CE03- Comprendre el sistema turístic mundial i el caràcter evolutiu de les característiques dels seus components.

CE04- Dominar els fonaments i aplicar metodologies científiques en la investigació turística.

CE13- Gestionar espais i destinacions turístiques.

### CONTINGUTS TEMÀTICS

---

#### 1. Perspectiva de gènere i feminismes

##### 1.1. Conceptes bàsics

##### 1.2. La complexitat dels moviments feministes: història i corrents de pensament

#### 2. Turisme i gènere

##### 2.1. Anàlisi de les dinàmiques productives del turisme

##### 2.2. Quina relació hi ha entre les dues disciplines?

##### 2.3. Aplicacions pràctiques de la perspectiva de gènere en el turisme

#### 3. La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic: reproduint el discurs d'una realitat desigual

##### 3.1. Qui i com és present al relat turístic: de l'acadèmia al relat de la destinació

##### 3.2. Qui no és inclòs al relat turístic de la destinació?

##### 3.3. Noves dinàmiques i actors sorgits des de la perspectiva de gènere

#### 4. La perspectiva de gènere aplicada a qui viatja: un esquema pensat per a uns pocs

##### 4.1. Influència amb anterioritat a l'experiència turística

##### 4.2. Influència durant l'experiència turística

##### 4.3. Influència amb posterioritat a l'experiència turística



5. La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat amfitriona: assumint els efectes d'un món sense perspectiva de gènere
  - 5.1. Impactes en l'entorn físic: de la gestió de recursos al canvi climàtic
  - 5.2. Impactes en l'entorn social: diverses visions aplicades a una mateixa realitat
  - 5.3. Impactes en l'entorn productiu: de les faldilles a les corbates

### METODOLOGIA

La metodologia d'aprenentatge que es posa en pràctica en aquesta assignatura es basa en elements clau de la pedagogia queer, de tal manera que s'assoleixin els objectius definits amb anterioritat.

Tenint en compte les limitacions i les dificultats que suposa la implementació a l'aula de la pedagogia queer, algunes de les metodologies proposades a l'aula inclouen: debat dirigit, comentari de lectures i exercicis pràctics, sense excloure altres metodologies que puguin ser adequades.

### SISTEMES D'AVALUACIÓ

L'avaluació és el procés de valoració del grau d'assoliment dels aprenentatges per part de l'estudiant en relació a les competències pròpies d'aquesta assignatura.

En aquest sentit l'estudiant podrà optar per ésser avaluat de forma continuada durant el curs o mitjançant una avaluació única al final del període establert.

**Avaluació Continuada:** consisteix en la valoració del procés d'ensenyament-aprenentatge a partir del seguiment continuat durant el curs del treball que realitza l'estudiant i dels aprenentatges que incorpora.

**Avaluació Única:** consisteix en la valoració d'aquest procés al final del període establert, per a tot aquell estudiant que, per raons justificades, no pot assistir regularment a les classes presencials. Aquesta valoració es realitza a partir de les evidències que aquesta assignatura té dissenyades a aquests efectes. En cas que l'estudiant decideixi cursar l'assignatura amb avaluació única les activitats es desenvoluparan de forma individual.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Anàlisi crític quantitatiu de la realitat turística	20 %	20%
La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica.	25 %	25%
Formant part de la comunitat amfitriona: de la pràctica a la teoria	25 %	25 %
Casos pràctics amb perspectiva de gènere	30 %	30 %

**Reavaluació de l'Assignatura**

En el cas que l'estudiant no aconsegueixi assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, té l'opció de seguir un procés de reavaluació, oferint-li la possibilitat de demostrar novament la seva capacitat per a l'assoliment de les competències associades en aquesta assignatura.

**FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA**

---

Ajuntament de Barcelona. *Glossari de feminismes i diversitat sexual i de gènere*. Recuperat de <https://ajuntament.barcelona.cat/dones/ca/recursos-i-actualitat/glossari>

Basurto-Barcia, Johanna i Ricaurte-Quijano, Carla. (2017). Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research\*. *Anatolia*, 28(4), 567-581. DOI: 10.1080/13032917.2017.1370781.

Cañada, Ernest. (2019). *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona. Alba Sud Editorial, Informes en contrast, núm 7.

Crenshaw, Kimberlé. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*. 1(8), 139-167.

Moreno, Daniela.(2019). Género y turismo: un cuaderno inacabado. Cañada, Ernest i Murray, Ivan, *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (163-178). Barcelona: Icara Editorial.

Moreno, Daniela., i Cole, Stroma. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 903-919. DOI: 10.1080/09669582.2019.1588283.

Mura, Paolo. (2018). The future of gender studies in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 141–143. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.020.

Ngozi, Chimamanda. (2016). *Tothom hauria de ser feminista*. Barcelona: Fanbooks.

Olid, Bel. (2017). *Feminisme de butxaca*. Barcelona: Angle Editorial.

#### 6.4.2. Metodologia definitiva de l'assignatura

Activitat	Competències	Continguts	Metodologia	Avaluació (%)
Activitat 1	CB02; CB03 CG04; CG07 CE03; CE04	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal).	Anàlisi crític quantitatiu de la realitat turística	Continuada: 20% Única: 20%
Activitat 2	CB03; CB04 CG01; CG04; CG05; CG08; CG09 CE13	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal). La perspectiva de gènere aplicada al relat turístic.	La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica	Continuada: 25% Única: 25%
Activitat 3	CB02; CB03 CG01; CG04; CG07 CE01; CE02; CE03	Perspectiva de gènere i feminismes; i turisme i gènere (coneixement transversal). La perspectiva de gènere aplicada a la comunitat amfitriona.	Formant part de la comunitat amfitriona: de la pràctica a la teoria	Continuada: 25% Única: 25%
Activitat 4	CB03; CB04 CG01; CG07; CG08; CG09 CE01; CE03	Aplicació de tots els continguts treballats al llarg de l'assignatura.	Casos pràctics amb perspectiva de gènere	Continuada: 30% Única: 30%

Taula 2. Metodologia definitiva de l'assignatura. Font: elaboració pròpia.

A continuació s'expliquen de forma detallada les activitats especificades a la taula anterior.

#### Activitat 1: Anàlisi crític quantitatiu de la realitat turística

Per tal de consolidar els coneixements adquirits respecte el primer i el segon punt del programa, perspectiva de gènere i feminismes i turisme i gènere, cada estudiant treballarà sobre una temàtica concreta de la intersecció entre turisme i gènere. Més concretament, aquesta activitat consisteix en un primer anàlisi del tema escollit, prèviament explicat i discutit a l'aula, per tal de crear un post d'Instagram amb dades quantitatives i informacions rellevants al respecte. El compte d'Instagram serà creat

conjuntament amb totes les alumnes per a que quedin recollides totes les seves publicacions i es comparteixin entre totes aquelles persones interessades.

L'objectiu és que cada participant analitzi un dels temes actuals, com per exemple, taxes d'atur, diferències salarials, representativitat de les persones migrades en diferents àmbits turístics, l'Índex de Desenvolupament Humà, etc. D'aquesta manera es promouen la recerca, el tractament de dades quantitatives, la reflexió i la capacitat de comunicació. A més de penjar els continguts a la xarxa social, s'enviaran el resum de la publicació i les fonts utilitzades per també compartir-ho amb la resta de les alumnes.

### **Activitat 2: La transmissió del relat turístic: anàlisi i creació d'una proposta pràctica**

Amb l'objectiu de treballar els continguts del punt tres del programa, la perspectiva de gènere aplicada al relat turístic, es presentaran diverses campanyes publicitàries o accions concretes de promoció d'un destinació turística a l'aula. Aquestes seran diverses en geografia, en públic objectiu, en temporalitat i en estratègia de màrqueting, de manera que s'obtingui una panoràmica global d'aquest aspecte.

En petits grups d'entre dos i tres estudiants, es realitzarà un anàlisi complet sobre cadascuna de les campanyes sota la perspectiva de gènere, per tal de detectar-hi els punts forts i els punts febles; desenvolupant dues preguntes bàsiques: qui i com hi és representat?; qui hi manca?. Finalment, cada grup desenvoluparà una proposta de campanya o d'acció per donar a conèixer el mateix destinació amb perspectiva de gènere.

De forma alternativa i complementària, l'anàlisi es podrà dur a terme sobre l'evolució de la promoció d'un mateix destinació al llarg del temps.

### **Activitat 3: Formant part de la comunitat local: de la pràctica a la teoria**

Aquesta activitat consistirà en la reflexió i explicació a l'aula d'experiències pròpies i de terceres persones en l'àmbit turístic amb perspectiva de gènere i des del punt de vista de formar part de la comunitat local, per tal de treballar els continguts del tema 5, la perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local. Per tal d'obtenir la informació necessària es pactarà una entrevista semi-estructurada a l'aula, amb preguntes que permetin aprofundir en temàtiques com ara la percepció de la seguretat, les condicions laborals o situacions que hagin pogut tenir un impacte sobre la pròpia identitat o sobre l'empoderament personal; entre d'altres. En total es recolliran dos testimonis per cada estudiant: o bé experiència pròpia i una entrevista a un testimoni o bé dues entrevistes.

A través de la reflexió compartida a l'aula, cada estudiant analitzarà els resultats de les entrevistes i proposarà polítiques i/o mecanismes concrets per a evitar les possibles problemàtiques identificades.

En cas que existeixin mesures enfocades en aquests aspectes, se n'estudiarà l'adequació, la validesa i la utilitat.

#### **Activitat 4: Casos pràctics amb perspectiva de gènere**

Aquesta activitat, que serà l'última, haurà estat treballada de forma conjunta a l'aula durant l'assignatura. A cada sessió, una estudiant diferent presentarà una notícia d'actualitat que faci referència a l'àmbit del turisme i la compartirà a l'aula. A través del debat es reflexionarà sobre la notícia amb perspectiva de gènere, per tal de fer-ne noves lectures.

En finalitzar l'assignatura i tenint en compte tots els continguts del programa, cada estudiant elaborarà un escrit nodrint-se de les reflexions i comentaris conjunts. Totes les aportacions seran recollides amb la finalitat de crear un portfoli amb casos pràctics actuals sobre turisme i gènere.

## **7. CONCLUSIONS**

### **7.1. Conclusions i consideracions finals**

En aquest apartat es recullen les conclusions finals a les quals s'ha arribat a partir de la present investigació, considerant els resultats obtinguts a través d'una revisió crítica de 836 articles i la realització de dues entrevistes en profunditat.

En primer lloc, a través de la cerca a Scopus es veu una tendència creixent dels estudis de turisme i gènere, que va en paral·lel al creixent interès social pel feminisme. Dels resultats de la revisió d'aquests estudis en destaquen diversos aspectes, com ara el gran nombre d'articles eliminats a l'hora de fer una revisió manual dels resultats (290), el fet que el gènere tractat en molts articles com una variable demogràfica sense aïllar i sense relació amb estructures de desigualtats globals; el gènere aplicat sovint a casos pràctics sense ésser analitzat amb profunditat; així com també les visions contraposades entre estudis que defensen el turisme com a mecanisme de canvi i les que l'analitzen com un perpetuador de les desigualtats estructurals.

Per altra banda, les mateixes investigacions apunten a un gran nombre de futures línies de treball sobre les que actualment s'està investigant, des d'estudis comparatius entre dos casos o entre un mateix cas en el temps, aprofundir en situacions concretes per tal de poder entendre les dinàmiques de gènere en el seu context, fins a revisions bibliogràfiques que tenen per objectiu la caracterització dels debats actuals en l'àmbit del turisme en perspectiva de gènere.

La diversitat dels resultats a Scopus demostra la visió holística de les teories de gènere sobre el turisme, que permet obtenir una visió renovada de la indústria a través de conceptes com el d'interseccionalitat de gènere, raça, classe o edat, entre molts d'altres.

En segon lloc, és precisament aquesta transversalitat del feminisme la que diversos estudis i organismes com l'Agència per la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya apunten com a puntal per a ser transversalitzat a les aules universitàries. Atès que turisme és una carrera professionalitzadora, és de vital importància implementar la perspectiva de gènere a les aules, per tal que les futures gestores turístiques siguin capaces d'alterar la seva mirada i, en última instància, la realitat.

El disseny d'una assignatura optativa en turisme i gènere ofereix l'oportunitat de formar a futures professionals que puguin donar resposta a una inquietud que es planteja en creixement tant a nivell acadèmic com social. Tot i que la seva aportació a les aules és de gran valor, la implementació al Grau en Turisme resulta senzilla pel fet de ser una assignatura optativa, fet que n'augmenta la idoneïtat.

## **7.2. Assoliment dels objectius plantejats**

En aquesta investigació s'ha plantejat un objectiu general, el de crear un programa d'assignatura optativa sobre turisme i gènere; que s'ha assolit a través de construir un relat a partir de materials enfocats en matèria de gènere i en matèria de turisme, així com també de la revisió bibliogràfica d'articles científics seleccionats en una cerca a la base de dades Scopus. La informació procedent de totes les fonts ha estat tractada i categoritzada tenint present la necessitat de conformar un programa d'assignatura optativa, amb les limitacions horàries que comporta. En una segona fase, les aportacions de les expertes entrevistades han contribuït

Per altra banda s'han plantejat dos objectius específics: identificar els àmbits del turisme on es pot aplicar la perspectiva de gènere i les dimensions que avarca; i un segon: implementar noves metodologies a l'aula a través de les quals explorar diferents formes de transmetre el coneixement. Respecte el primer objectiu, ha estat assolit a través de la mateixa revisió de la literatura, i ha permès crear els diferents punts del programa de l'assignatura. El segon objectiu ha estat assolit a través de les metodologies detallades al programa, a través de les quals es planteja una dinàmica a l'aula que segueix els principis de la pedagogia queer.

## **7.3. Aportacions de la investigació a l'àmbit acadèmic**

La principal aportació d'aquest projecte acadèmic és l'assoliment del seu objectiu principal, i l'oportunitat que aquest suposa a l'hora de tenir un mecanisme de transmissió del coneixement sobre el turisme en perspectiva de gènere a nivell universitari. L'assignatura optativa es planteja com un punt d'inici a l'hora de poder aplicar els coneixements dels estudis de gènere en el context universitari, situant el debat a les aules i ampliant en gran mesura les opcions que actualment es tenen per acostar ambdues disciplines.

Per altra banda, aquest projecte és una aportació a la literatura científica catalana, contribuint a augmentar el coneixement en un àmbit poc explorat al territori, però que alhora és tan estudiat en altres contextos i que té gran repercussió social.

## **7.4. Implicació del projecte**

En el present projecte s'ha pogut analitzar l'abast teòric en la relació entre els estudis de turisme i els estudis de gènere; així com també la necessitat d'incorporar aquest coneixement a les aules universitàries. És per a aquest motiu que la implicació pràctica de la present investigació consisteix en implementar l'assignatura optativa proposada al Grau en Turisme.

Els coneixements i les metodologies plantejats en aquesta assignatura optativa suposen un efecte positiu en les estudiants que la cursen, potenciant-ne el pensament crític bàsic per a construir noves mirades que permetin apostar per un turisme inclusiu i sostenible. L'impacte social d'aquesta

assignatura s'estén fora de les aules, en el moment en què aquests coneixement podran ser aplicats en l'àmbit turístic per part de les futures professionals de la indústria.

### **7.5. Dificultats i limitacions durant el projecte**

Aquest projecte, tot i complir amb els objectius plantejats en un inici, presenta certes limitacions, que es detallen a continuació. En primer lloc, el propi objectiu principal plantejava una gran dificultat, atès que la perspectiva de gènere és tan transversal que la seva acotació en una sola assignatura optativa és difícil, i ha de deixar certs elements de banda forçosament. En segon lloc, a causa de la limitació temporal, hi ha hagut aspectes sobre els quals no estat possible aprofundir-hi, com ara reflexions de caire més integral en els continguts, investigació dels debats presents i futurs, o de recerca en metodologies i dinàmiques per implementar a l'aula. En tercer lloc, la major part de les fonts d'informació utilitzades provenen de l'àmbit acadèmic, esbiaixant el coneixement actual entre la producció científica i les propostes sorgides de corrents feministes que no formen part de les revistes científiques. Finalment, una última dificultat ha estat la convocatòria d'un focus group que final no va ser possible de realitzar, motiu pel qual s'ha optat per les entrevistes en profunditat.

### **7.6. Propostes de futures línies de recerca**

La transversalitat del projecte ha proporcionat un gran nombre de línies de recerca, totes elles sota el paraigües de la perspectiva de gènere, tant de les expressades per les autores com dels buits de coneixement identificats durant l'elaboració del programa de l'assignatura.

En primer lloc, la pròpia cerca a Scopus obre una línia d'investigació profunda, probablement extensible a altres bases de dades científiques. Tenint en compte la cerca realitzada, el cert és que la gran majoria d'articles han presentat el gènere com una mera variant demogràfica i limitada a la concepció tradicional dels gèneres, amb mancances importants a l'hora de vincular els estudis presentats a dinàmiques globals i estructures de desigualtat; i per tant, amb una aplicació limitada de la perspectiva de gènere.

En segon lloc, la perspectiva de gènere obre les portes a incloure els discursos d'aquelles que fins ara han estat absents i invisibilitzades, identitats i posicions dins de la indústria turística que no han tingut lloc a les revistes acadèmiques. Gran nombre d'autores citen agents com la comunitat LGTBI+, les persones de major edat, i en general, totes aquelles identitats subversives de les hegemòniques. Un dels mecanismes, com s'esmenta en l'apartat anterior, és incrementar el diàleg entre l'acadèmia i el carrer.

En tercer lloc, la perspectiva de gènere aplicada al turisme obre les portes a la interseccionalitat en el seu sentit més ampli, tant a l'hora de creuar desigualtats i analitzar com es vinculen amb la indústria turística; com també a l'hora de l'aproximació amb un nombre major de disciplines que permetin obtenir una visió més holística del turisme.



Finalment, aquesta proposta d'assignatura es situa com a primer pas per a incorporar la perspectiva de gènere en l'àmbit turístic universitari, establint com a futura línia de recerca la transversalització dels estudis de gènere al Grau en Turisme.

## 8. REFERÈNCIES

- Abdollahzadeh, G., i Sharifzadeh, A. (2014). Rural Residents' Perceptions Toward Tourism Development: a Study from Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 126–136. DOI: 10.1002/jtr.1906.
- Abubakar, A.M., Ilkan, M., Meshall Al-Tal, R., i Eluwole, K.K. (2016). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31(1), 220-227. DOI: 10.1016/j.jhtm.2016.12.005.
- Adams, K.M. (2011). Public interest anthropology, political market squares, and re-scripting dominance: From swallows to 'race' in San Juan Capistrano, CA. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 3(2), 147-169. DOI: 10.1080/19407963.2011.555457.
- Afthanorhan, A., Awang, Z., i Fazella, S. (2017). Perception of tourism impact and support tourism development in Terengganu, Malaysia. *Social Sciences*, 6(3), 1-11. DOI: 10.3390/socsci6030106.
- Aghazamani, Y., i Hunt, C.A. (2017). Empowerment in tourism: A review of peer-reviewed literature. *Tourism Review International*, 21(4), 333-346. DOI: 10.3727/154427217X15094520591321.
- Aguirre-Gonzalez, J. A. (2012). Climate change and tourism: comparing female Costa Rican and American perceptions. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(4), 356–377. DOI: 10.1108/17554211211255693.
- Agyeiwaah, E., Akyeampong, O., Amenumey, E., i Boakyee, K.A. (2014). Accommodation preference among international volunteer tourists in the Kumasi Metropolis of Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 10, 7–10. DOI: 10.1016/j.tmp.2013.11.004.
- Alessio, D., i Jóhannsdóttir, A.L. (2011). Geysers and 'girls': Gender, power and colonialism in icelandic tourist imagery. *European Journal of Women's Studies*, 18(1), 35-50. DOI: 10.1177/1350506810386430.
- Ali, R. S. (2018). Determinants of female entrepreneurs growth intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 387–404. DOI: 10.1108/JSBED-02-2017-0057.
- Amaro, S., Antunes, A., i Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations. *Tourism Management*, 64, 271-280. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.09.007.

- Antrobus, P. (2006). Gender equality in the new millennium: Goal or gimmick? *Caribbean Quarterly*, 52(2/3), 39–50. DOI: 10.1080/00086495.2006.11829698.
- Anzaldúa, G. (2012). *Borderlands* (4a ed.). San Francisco: Aunt Lute Books.
- Agència per la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU). (2018). Marc general per a la Incorporació de la Perspectiva de Gènere en la Docència Universitària. Recuperat el 21 de desembre de [http://www.aqu.cat/doc/doc\\_19381922\\_1.pdf](http://www.aqu.cat/doc/doc_19381922_1.pdf)
- Aquino, R., Schänzel, H., i Hyde, K.F. (2019). Analysing Push and Pull Motives for Volcano Tourism at Mount Pinatubo, Philippines. *Geoheritage*, 11(1), 177-191. DOI:10.1007/s12371-017-0254-z.
- Arroyo, C.G., Barbieri, C., Sotomayor, S., i Knollenberg, W. (2019). Cultivating women's empowerment through agritourism: Evidence from Andean communities. *Sustainability*, 11(11). DOI: 10.3390/su11113058.
- Avila-Foucat, V. S., Gendron, D., Revollo-Fernandez, D., Popoca, E. I., i Ramírez, A. (2017). Determinants of the potential demand for whale watching in Loreto Bay National Park. *Marine Policy*, 81, 37–44. DOI: 10.1016/j.marpol.2017.03.006.
- Aymer, P. (2011). Representations of Race, Gender, and Ethnicity in Caribbean Tourism Economies: Haitian and Dominican Migrant Women in St Maarten, Netherlands Antilles. *Latin American and Caribbean Ethnic Studies*, 6(1), 1–25. DOI: 10.1080/17442222.2011.543871.
- Babb, F. E. (2012). Theorizing Gender, Race, and Cultural Tourism in Latin America. *Latin American Perspectives*, 39(6), 36–50. DOI: 10.1177/0094582X12454560.
- Bakas, F. E. (2017). Community resilience through entrepreneurship: the role of gender. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(1), 61–77. DOI: 10.1108/JEC-01-2015-0008.
- Bakas, F.E., Costa, C., Breda, Z., i Durão, M. (2018). A critical approach to the gender wage gap in tourism labor. *Tourism Culture & Communication*, 18(1), 35-49. DOI: 10.3727/109830418X15180180585167.
- Barberà, M. i Rodríguez, S. (26 de novembre de 2019). Entrevista a Bel Olid: “Hem de buscar la veu de les que no es creuen dignes de ser escoltades. És on hi ha les opressions més brutals”. *Social. El diari digital de l'acció social a Catalunya*. Recuperat el 2 de desembre de 2019 de <https://www.social.cat/entrevista/11037/hem-de-buscar-la-veu-de-les-que-no-es-creuen-dignes-de-ser-escoltades-es-on-hi-ha-les-opre>

- Bartis, H., i Ferreira, I.W. (2018). A socio-demographic analysis of the board of directors of selected destination marketing organisation (DMOs). *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(2).
- Basurto-Barcia, J., i Ricaurte-Quijano, C. (2017). Women in tourism: gender (in)equalities in university teaching and research. *Anatolia*, 28(4), 567–581. DOI: 10.1080/13032917.2017.1370781.
- Bayno, P.M., i Jani, D. (2016). Residents' attitudes on the contribution of cultural tourism in Tanzania. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(1), 41–56. DOI: 10.1080/14766825.2016.1211663.
- Beedle, J., Kline, C., Cardenas, D., Byrd, E.T., i Schneider, P. (2013). An exploration of gendered systems theory on women-owned businesses in emerging tourism destinations: future directions. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(3), 170–186. DOI: 10.1080/14766825.2013.808644.
- Berdychevsky, L. (2015). Antecedents of Young Women's Sexual Risk Taking in Tourist Experiences. *The Journal of Sex Research*, 53(8), 927–941. DOI: 10.1080/00224499.2015.1069783.
- Berdychevsky, L., Gibson, H.J., Bell, H.L. (2016). "Girlfriend getaway" as a contested term: Discourse analysis. *Tourism Management*, 55, 106–122. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.02.001.
- Berdychevsky, L. (2017a). Sexual health education for young tourists. *Tourism Management*, 32, 189-195. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.03.025.
- Berdychevsky, L. (2017b). Toward the Tailoring of Sexual Health Education Messages for Young Women: A Focus on Tourist Experiences. *Journal of Sex Research*, 54(9), 1171-1187. DOI: 10.1080/00224499.2017.1280720.
- Berlanga-Adell, M. J. (2013). Turismo, género y desarrollo. Un caso étnico en Marruecos. *Iberoamerican Journal of Development Studies*, 2(2), 106-127. DOI: 10.26754/ojs\_ried/ijds.82.
- Bergier, J., Dabrowski, D., Zbikowski, J. (2011). Conditioning of participation of disabled males and females from eastern regions of Poland in tourism and recreation. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, 18(2), 350-354.
- Bideci, M., i Albayrak, T. (2016). Motivations of the Russian and German tourists visiting pilgrimage site of Saint Nicholas Church. *Tourism Management Perspectives*, 18, 10–13. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.022.

- Blichfeldt, B.S., Chor, J., i Milan, N.B. (2013). Zoos, sanctuaries and turfs: Enactments and uses of gay spaces during the holidays. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 473-783. DOI: 10.1002/jtr.1890.
- Bott, E. (2018). Among the piranhas: the troubling lifespan of ethnic tropes in “tribal” tourism to Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1291-1307. DOI: 10.1080/09669582.2018.1435669.
- Boyol Ngan, H.F., i Litwin, A. (2019). Demographic and workplace factors contributing to attitudes toward women as managers in Macau's hospitality industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 1–26. DOI: 10.1080/15332845.2019.1599784.
- Brooklyn Museum. (Desembre de 2014). Elizabeth A. Sackler Center for Feminist Art: The Dinner Party: Heritage Floor: Laura Cereta. Recuperat el 16 de novembre de 2019 de [http://www.brooklynmuseum.org/eascfa/dinner\\_party/heritage\\_floor/laura\\_cereta.php](http://www.brooklynmuseum.org/eascfa/dinner_party/heritage_floor/laura_cereta.php)
- Brown, L., i Osman, H. (2017). The female tourist experience in Egypt as an Islamic destination. *Annals of Tourism Research*, 63, 12-22. DOI: 10.1016/j.annals.2016.12.005.
- Brunell, L., i Burkett, E. (16 de desembre 2019). Feminism. *Encyclopaedia Britannica*. Recuperat el 18 de desembre de 2019 de <https://www.britannica.com/topic/feminism>
- Bruwer, J., i Thach, L. (2013). Wine tourists' use of sources of information when visiting a USA wine region. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3), 221–237. DOI: 10.1177/1356766712464768.
- Bruwer, J., Prayag, G., i Disegna, M. (2018). Why wine tourists visit cellar doors: Segmenting motivation and destination image. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 355–366. DOI: 10.1002/jtr.2187.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Calderdale Museums. (s.d.). An introduction to Anne Lister. Recuperat el 8 de novembre de 2019 de <https://museums.calderdale.gov.uk/famous-figures/anne-lister>
- Cantavella, R. (1987). *El debat pro i antifeminista a la literatura catalana medieval*. Tesi doctoral. Universitat de València, País Valencià.
- Cañada, E. (2019). *Transformaciones en las relaciones de género en experiencias de turismo comunitario en Centroamérica*. Barcelona. Alba Sud Editorial, Informes en contrast, núm 7.

- Capistrano, R. C., i Bernardo, M. A. C. (2018). Mother knows best: exploring the matrilineal influence in family tourism among Filipinos living in New Zealand. *Young Consumers*, 19(2), 218–236. DOI: 10.1108/YC-08-2017-00727.
- Cárdenas, S. A., i Lew, D. K. (2016). Factors Influencing Willingness to Donate to Marine Endangered Species Recovery in the Galapagos National Park, Ecuador. *Frontiers in Marine Science*, 3. DOI: 10.3389/fmars.2016.00060.
- Carvalho, I., Costa, C., Lykke, N., i Torres, A. (2014). An Analysis of Gendered Employment in the Portuguese Tourism Sector. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 13(4), 405–429. DOI: 10.1080/15332845.2014.888509.
- Carvalho, I., Costa, C., Lykke, N., i Torres, A. (2019). Beyond the glass ceiling: Gendering tourism management. *Annals of Tourism Research*, 75, 79–91. DOI: 10.1016/j.annals.2018.12.022.
- Cassel, S.H., i Mörner, C. (2011). The legacy of mining: Visual representations and narrative constructions of a Swedish heritage tourist destination. *African Identities*, 11(1), 1-15. DOI: 10.3727/109830411X13049571092589.
- Cassel, S. H., i Pettersson, K. (2015). Performing Gender and Rurality in Swedish Farm Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 138–151. DOI: 10.1080/15022250.2015.1005333.
- Castañeda, M. (2016). Feminism/Feminisms. *INTERdisciplina*. 4(8), 20-29.
- Castilho, C.T., Evrard, B., Pacheco, L.T., i Charrier, D. (2018). Child sex tourism into question in the context of the 2014 World Cup. *Revista Estudos Feministas, Florianópolis*, 26(2). DOI: 10.1590/1806-9584-2018v26n246056.
- CCCB. <https://www.cccb.org/ca/exposicions/fitxa/feminismes/231713>. [Recuperat el 22 d'octubre de 2019].
- Chen, B., i Qiu, Z. (2017). Community attitudes toward ecotourism development and environmental conservation in nature reserve: a case of Fujian Wuyishan National Nature Reserve, China. *Journal of Mountain Science*, 14(7), 1405–1418. DOI: 10.1007/s11629-016-3983-6.
- Chhabra, D., Andereck, K., Yamanoi, K., i Plunkett, D. (2011). Gender equity and social marketing: An analysis of tourism advertisements. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(2), 111-128. DOI: 10.1080/10548408.2011.545739.

- Chambers, D., i Rakić, T. (2018). Critical considerations on gender and tourism: A postscript. *Tourism, Culture and Communication*, 18, 81-84. DOI: 10.3727/109830418X15180180585185.
- Chapuis, A. (2017). Touring the immoral. Affective geographies of visitors to the Amsterdam Red-Light district. *Urban Studies*, 54(3), 616-632. DOI: 10.1177/0042098016645261.
- Chen, M.-H. (2017). Crossing borders to buy sex: Taiwanese men negotiating gender, class and nationality in the Chinese sex industry. *Sexualities*, 20(8), 921–942. DOI: 10.1177/1363460716676989.
- Chen, S., i Tham, A. (2019). Trends in tourism-related academic conferences: an examination of host locations, themes, gender representation and costs. *Event Management*, 23(4-5), 733-751. DOI: 10.3727/152599519X15506259855670.
- Chen, C.-M., i Tsai, T.-H. (2019). Tourist motivations in relation to a battlefield: a case study of Kinmen. *Tourism Geographies*, 21(1), 78-101. DOI: 10.1080/14616688.2017.1385094.
- Cheung, C., Baum, T., i Hsueh, A. (2017). Workplace sexual harassment: exploring the experience of tour leaders in an Asian context. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1468–1485. DOI: 10.1080/13683500.2017.1281235.
- Christian, M. (2015). Kenya's tourist industry and global production networks: gender, race and inequality. *Global Networks*, 16(1), 25–44. DOI: 10.1111/glob.12094.
- Cikic, J., Jovanovic, T., i Nedeljkovic, M. (2018). Business and/or pleasure - Gender (In)equalities in rural tourism in Vojvodina. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 20(7), 2018, 1341-1352.
- Cole, S., i Ferguson, L. (2015). Towards a gendered political economy of water and tourism. *Tourism Geographies*, 17(4), 511–528. DOI: 10.1080/14616688.2015.1065509.
- Cole, S. (2017). Water worries: An intersectional feminist political ecology of tourism and water in Labuan Bajo, Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 67, 14–24. DOI: 10.1016/j.annals.2017.07.018.
- Conradie, M.S. (2013). A critical discourse analysis of race and gender in advertisements in the South African in-flight magazine Indwe. *African Identities*, 11(1), 3-18. DOI: 10.1080/14725843.2013.775837.

- Costa, C., Carvalho, I., Caçador, S., i Breda, Z. (2012). Future Higher Education in Tourism Studies and the Labor Market: Gender Perspectives on Expectations and Experiences. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12(1), 70–90. DOI: 10.1080/15313220.2012.650095.
- Costa, C., Breda, Z., Bakas, F. E., Durão, M., i Pinho, I. (2016). Through the gender looking-glass: Brazilian tourism entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 282–306. DOI: 10.1108/IJGE-07-2015-0023.
- Costa, C., Bakas, F. E., Breda, Z., i Durão, M. (2017). “Emotional” female managers: How gendered roles influence tourism management discourse. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 149–156. DOI: 10.1016/j.jhtm.2017.09.011.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*. 1(8), 139-167.
- Crenshaw, K. (2007). Kimberlé Crenshaw on Intersectionality, More than two Decades Later. *Columbia Law School*. Recuperat el 18 de novembre de 2019 de <https://www.law.columbia.edu/pt-br/news/2017/06/kimberle-crenshaw-intersectionality>
- Davy, D. (2014). Understanding the complexities of responding to child sex trafficking in Thailand and Cambodia. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 34(11/12), 793–816. DOI: 10.1108/IJSSP-10-2013-0103.
- De Urioste-Stone, S. M., Le, L., Scaccia, M. D., & Wilkins, E. (2016). Nature-based tourism and climate change risk: Visitors' perceptions in mount desert island, Maine. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 13, 57–65. DOI: 10.1016/j.jort.2016.01.003.
- Denizci Guillet, B., Pavesi, A., Hsu, C.H.C., i Weber, K. (2019). Is there such a thing as feminine leadership? Being a leader and not a man in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2970-2993. DOI: 10.1108/IJCHM-06-2018-0486.
- Dieguez-Castrillon, M. I., Gueimonde-Canto, A., Sinde-Cantorna, A., i Blanco-Cerradelo, L. (2012). Turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 50(2), 371–381. DOI: 10.1590/S0103-20032012000200010.



- Dilshad, T., Mallick, D., Udas, P. B., Goodrich, C. G., Prakash, A., Gorti, G., et al. (2018). Growing Social Vulnerability in the River Basins: Evidence from the Hindu Kush Himalaya (HKH) Region. *Environmental Development*. DOI: 10.1016/j.envdev.2018.12.004.
- Direcció General d'Igualtat. (2018). Guia per a la incorporació de la diversitat sexual i de gènere a les universitats catalanes a partir de la Llei 11/2014. Recuperat el 8 de gener de 2020 de <https://treballiaferssocials.gencat.cat/ca/detalls/Article/Guia-per-a-la-incorporacio-de-la-diversitat-sexual-i-de-genere-a-les-universitats-catalanes-a-partir-de-la-Llei-11-2014>
- Douglas, A. (2018). Mobile business travel application usage: Are South African Men really from Mars and women from Venus?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 269-285. DOI: 10.1108/JHTT-01-2018-0002.
- Dowler, L. (2013). Waging Hospitality: Feminist Geopolitics and Tourism in West Belfast Northern Ireland. *Geopolitics*, 18(4), 779–799. DOI: 10.1080/14650045.2013.811643.
- DuBois, P. (2019). Sappho(s). *A Companion to World Literature*. 1-12. DOI: 10.1002/9781118635193.ctwl0040.
- Duffy, L.N., Mowatt, R.A., Cnacellor, C.H., i Cárdenas, D.A. (2012). Machismo-Marianismo and the Involvement of Women in a Community-Based Tourism Project in Ecuador, South America. *Tourism analysis*, 17(6), 791-803.
- Eco, U. (s.d.). Bettisia Gozzadini e Novella d'Andrea. *Enciclopedia delle donne*. Recuperat el 23 de novembre de 2019 de <http://www.enciclopediadelledonne.it/biografie/bettisia-gozzadini-e-novella-dandrea/>
- Enteen, J.B. (2014). Transitioning online: Cosmetic surgery tourism in Thailand. *Television and New Media*, 15(3), 238-249. DOI: 10.1177/1527476413509673.
- European Institute for Gender Equality (IGE). (2016). Gender Equality Glossary and Thesaurus. Vilnius: European Institute for Gender Equality. Recuperat el 13 de gener de 2020 de <http://eige.europa.eu/rdc/thesaurus/terms/1157>
- Encyclopaedia Britannica. (s.d.). The Fourth Wave of feminism. Recuperat el 5 de desembre de 2019 de <https://www.britannica.com/topic/feminism/The-fourth-wave-of-feminism>
- Expósito, C. (2012). ¿Qué es eso de la interseccionalidad? Aproximación al tratamiento de la diversidad desde la perspectiva de género en España. *Investigaciones feministas*. 3, 203-222. DOI: /10.5209/rev\_INFE.2012.v3.41146.

- Faciabén, J. (Juliol de 2019). Trascendir el gènere: ciberfeminisme(s). *Passem pàgina: fer feminisme(s) avui*. Barcelona.
- Falconer, E. (2017). 'Learning to be Zen': women travellers and the imperative to happy. *Journal of Gender Studies*, 26(1), 56-65. DOI: 10.1080/09589236.2016.1243043.
- Fatihah, N.I., Zaiton, S., i Aziz, Y.A. (2013). Psychographics segmentation in mulu national park. *Malaysian Forester*, 76 (1), 59-68.
- Ferguson, L. (2011). Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal. *Current issues in Tourism*, 14(3), 235-249. DOI: 10.1080/13683500.2011.555522.
- Ferguson, L., i Moreno, D. (2015). Gender and sustainable tourism: reflections on theory and practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 401-416. DOI: 10.1080/09669582.2014.957208.
- Ferreira Freire Guimarães, C. R., i Silva, J. R. (2016). Pay gap by gender in the tourism industry of Brazil. *Tourism Management*, 52, 440-450. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.07.003.
- Figuerola, C., Pritchard, A., Villace, T., Morgan, N., i Segovia, M. (2015). Tourism and gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 52, 87-103. DOI: 10.1016/j.annals.2015.02.001.
- Frankford, D.M., Bennington, L.K., i Ryan, J.G. (2015). Womb out sourcing: Commercial surrogacy in India. *MCN The American Journal of Maternal/Child Nursing*, 40(5), 284-290. DOI: 10.1097/NMC.0000000000000163.
- Frohlick, S. (2013). Intimate Tourism Markets: Money, Gender, and the Complexity of Erotic Exchange in a Costa Rican Caribbean Town. *Anthropological Quarterly*, 86(1), 133-162. DOI: 10.1353/anq.2013.0000.
- Fukuda-Parr, S. (2016). From the Millennium Development Goals to the Sustainable Development Goals: Shifts in purpose, concept, and politics of global goal setting for development. *Gender & Development*, 24(1), 43-52. DOI: 10.1080/13552074.2016.1145895.
- Gao, J., Barbieri, C., i Valdivia, C. (2014). Agricultural Landscape Preferences: Implications for Agritourism Development. *Journal of Travel Research*, 53(3), 366-379. DOI: 10.1177/0047287513496471.

- Gao, J., i Kerstetter, D.L. (2016). Using an intersectionality perspective to uncover older Chinese female's perceived travel constraints and negotiation strategies. *Tourism Management*, 57, 128–138. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.06.001.
- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J. L., i Marchante-Mera, A. (2014). Educational Mismatch and Returns on Human Capital in the Spanish Hospitality and Travel Agency Sectors. *Tourism Economics*, 20(2), 337–353. DOI: 10.5367/te.2013.0273.
- Getz, D., i McConnell, A. (2014). Comparing Trail Runners and Mountain Bikers: Motivation, Involvement, Portfolios, and Event-Tourist Careers. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(1), 69–100. DOI: 10.1080/15470148.2013.834807.
- Gezinski, L.B., Karandikar, S., Levitt, A., i Ghaffarian, R. (2016). 'Total girlfriend experience': examining marketplace mythologies on sex tourism websites. *Culture, Health and Sexuality*, 18 (7), 785-798. DOI: 10.1080/13691058.2015.1124457.
- Gezinski, L.B., Karandikar, S., Levitt, A., i Ghaffarian, R. (2017). "We want to offer you peace of mind": Marketing of transnational commercial surrogacy services to intended parents. *Health Marketing Quarterly*, 34(4), 302-314. DOI: 10.1080/07359683.2017.1375244.
- Gil, C.G., Campos, A.A., i Valcuenda, J.M. (2014). Fieldwork in racialized and sexualized contexts. When decoloniality is embodied in the fieldworkers. *Gazeta de Antropologia*, 30(3).
- Gligor-Cimpoieru, D., Munteanu, V., Nițu-Antonie, R., Schneider, A., i Preda, G. (2017). Perceptions of Future Employees toward CSR Environmental Practices in Tourism. *Sustainability*, 9(9). DOI: 10.3390/su9091631.
- González, R., i Izcara, C. (2019). Oferta y condiciones del turismo rural comunitario en las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán, Argentina (Proyecto Final de Grau). CETT-UB, Barcelona.
- González Santa Cruz, F., i López-Guzmán, T. (2017). El patrimonio cultural como factor de desarrollo turístico: estudio de caso en la ciudad de Córdoba. *Arbor*, 193(786), a421. DOI: 10.3989/arbor.2017.786n4009.
- González-Serrano, L., Villacé-Molinero, T., Talón-Ballester, P., i De La Fuente-Cabrero, C. (2018). Women and the glass ceiling in the community of Madrid hotel industry. *International Journal of Human Resources Development and Management*, 18(1/2), 91. DOI: 10.1504/IJHRDM.2018.092289.

- Gretzel, U. i, Bowser, G. (2013). Real stories about real women: communicating role models for female tourism students. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(2), 170-183. DOI: 10.1080/15313220.2013.786466.
- Grozz, Z.(2018). Unpacking the landscape of female sex tourism in Kenya: a film analysis of Paradise: Love. *Gender, Place and Culture*, 25(4), 507-524. DOI: 10.1080/0966369X.2018.1442816.
- Guina, F.T.C., i Giraldi, J.M.E. (2012). Differences on the image of Brazil in external markets according to consumers' age, gender, knowledge about the country and country of residence. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 7(2), 13-28.
- Guy, B.S., Nevins Henson, J.L., i Dotson, M.J. (2015). Characteristics of consumers likely and unlikely to participate in medical tourism. *International Journal of Healthcare Management*, 8(2), 68-76. DOI: 10.1179/2047971914Y.0000000076.
- Häfner, K., Zasada, I., van Zanten, B.T., Ungaro, F., Koetse, M., i Piorr, A. (2017). Assessing landscape preferences: a visual choice experiment in the agricultural region of Märkische Schweiz, Germany. *Landscape Research*, 43(6), 846–861. DOI: 10.1080/01426397.2017.1386289.
- Hajimirrahimi, S., Esfahani, E., Van Acker, V., i Witlox, F. (2017). Rural Second Homes and Their Impacts on Rural Development: A Case Study in East Iran. *Sustainability*, 9(4), 531. DOI: 10.3390/su9040531.
- Han, H., Meng, B., i Kim, W. (2017). Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty. *Tourism Management*, 59, 91–103. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.07.013.
- Haynes, N. (2013). Global Cholas: Reworking Tradition and Modernity in Bolivian Lucha Libre. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 18(3), 432–446. DOI: 10.1111/jlca.12040.
- Heimtun, B., i Jordan, F. (2011). “Wish YOU Weren”t Here!”: Interpersonal Conflicts and the Touristic Experiences of Norwegian and British Women Travelling with Friends. *Tourist Studies*, 11(3), 271–290. DOI: 10.1177/1468797611431504.
- Heimtun, B., i Abelsen, B. (2014). Singles and solo travel: Gender and type of holiday. *Tourism, Culture & Communication*, 13, 161–174. DOI: 10.3727/109830414X13911221027443.
- Hikido, A. (2017). Entrepreneurship in South African township tourism: the impact of interracial social capital. *Ethnic and Racial Studies*, 1–19. DOI: 10.1080/01419870.2017.1392026.

- Hillman, W. (2019). Issues for women trekking in Nepal: "3 sisters adventure trekking" guides. *Journal of Sport & Tourism*, 1–18. DOI: 10.1080/14775085.2019.1593226.
- Hirtenfelder, C.T. (2016). Cooking in tourism and at home: Unpacking the contours of different gender orders in Moreomaoto, Botswana. *Tourism*, 64(4), 431-444.
- Hokulani, K., Erickson, K., i Pierce, J. (2018). Feminism, First-, Second-, and Third-Wave. *The International Encyclopedia of Anthropology*, 1-8. DOI: 10.1002/9781118924396.wbiea1587
- Holden, A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. Nova York: Routledge.
- Holliday, R., et al. (2015). Beautiful face, beautiful place: relational geographies and gender in cosmetic surgery tourism websites. *Gender, Place and Culture*, 22(1), 90-106. DOI: 10.1080/0966369X.2013.832655.
- Hu, H., Zhang, J., Wang, C., Yu, P., i Chu, G. (2019). What influences tourists' intention to participate in the Zero Litter Initiative in mountainous tourism areas: A case study of Huangshan National Park, China. *Science of The Total Environment*, 657, 1127–1137. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2018.12.11.
- Hull-Jackson, C., i Adesiyun, A.A. (2018). Visitor Perceptions of Food Safety and Sociodemographic Determinants in Barbados, West Indies. *Journal of Food Protection*, 81(12), 2064–2073. DOI: 10.4315/0362-028X.JFP-18-294.
- Ibanescu, B.-C., Stoleriu, O.M., i Gheorghiu, A. (2018). Gender differences in tourism behaviour in the European Union. *Eastern Journal of European Studies*, 9(1), 23-43.
- Institut d'Estudis Catalans. <https://www.iec.cat/> [Recuperat el 13 d'octubre de 2019].
- Iosif, R., Vlad, S. E., Stănescu, F., i Cogălniceanu, D. (2019). Perception of visitors regarding the wildlife inhabiting an archaeological site. *Human Dimensions of Wildlife*, 1–13. DOI: 10.1080/10871209.2019.1603333.
- Jalilvand, M.R., i Samiei, N. (2012). The effect of word of mouth on inbound tourists' decision for traveling to Islamic destinations (the case of Isfahan as a tourist destination in Iran). *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 12-21. DOI: 10.1108/17590831211206554.
- Janta, H., i Christou, A. (2019). Hosting as social practice: Gendered insights into contemporary tourism mobilities. *Annals of Tourism Research*, 74, 167–176. DOI: 10.1016/j.annals.2018.11.008.

- Jeffrey, H. (2017). Gendering the tourism curriculum whilst becoming an academic. *Anatolia*, 28(4), 530-539. DOI: 10.1080/13032917.2017.1370779.
- Jiang, Y., i Chen, N. (2019). Event attendance motives, host city evaluation, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. DOI: 10.1108/IJCHM-06-2018-0501.
- Jiménez-Esquinas, G. (2013). Galician witches: The transformation of a stigma in a heritage resource. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 68(1), 57-73. DOI: 10.3989/rdtp.2013.01.003.
- Johnson, L.C. (2017). Making "easy" money: Resilience and risk in Jamaica. *Research in Economic Anthropology*, 257–273. DOI: 10.1108/S0190-128120170000037012.
- Kabeer, N. (2015). Tracking the gender politics of the Millennium Development Goals: Struggles for interpretive power in the international development agenda. *Third World Quarterly*, 36(2), 377–395. DOI: 10.1080/01436597.2015.1016656.
- Käng, D.B. (2011). Queer media loci in Bangkok: Paradise lost and found in translation. *GLQ*, 17(1), 169-191. DOI: 10.1215/10642684-2010-028.
- Kangas, B. (2011). Complicating common ideas about medical tourism: Gender, class, and globality in yemenis' international medical travel. *Signs*, 36(2), 327-332. DOI: 10.1086/655912.
- Kato, K. (2019). Gender and sustainability – exploring ways of knowing – an ecohumanities perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(18). DOI: 10.1080/09669582.2019.1614189.
- Kenttamaa-Squires, K. (2019). Rethinking the homonormative? Lesbian and Hispanic Pride events and the uneven geographies of commoditized identities. *Social and Cultural Geography*, 20(3), 367-386. DOI: 10.1080/14649365.2017.1362584.
- Khan Academy. (s.d.). Women's rights and the Seneca Falls Convention. *Khan Academy*. Recuperat el 18 de novembre de 2019 de <https://www.khanacademy.org/humanities/us-history/the-early-republic/culture-and-reform/a/womens-rights-and-the-seneca-falls-convention>
- Khasawneh, M.S., i Al-Smadi, H.M. (2019). The changes resulting from globalization in tourism industry and their impact in the development of tourism activity in Jordan. *GeoJournal of Tourism and GeoSites*, 25(2), 524-542. DOI: 10.30892/gtg.25220-378.

- Khatiwada, L.K., i Silva, J.A. (2014). Mitigating Gender Inequality in Rural Regions: The Effects of Tourism Employment in Namibia. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 442–450. DOI: 10.1002/jtr.2010.
- Khoo-Lattimore, C., Chiao, E., i Sanggyeong, J. (2019). Assessing gender representation in knowledge production: a critical analysis of UNWTO's planned events. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19. DOI: 10.1080/09669582.2019.1566347.
- Kim, M.-J., Lee, M.J., Lee, C.-K., i Song, H.-J. (2011). Does Gender Affect Korean Tourists' Overseas Travel? Applying the Model of Goal-Directed Behaviour. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(5), 509-533. DOI: 10.1080/10941665.2011.627355.
- Kokko, S., i Kaipainen, M. (2015). The changing role of cultural heritage in traditional textile crafts from Cyprus. *Craft Research*, 6(1), 9–30. DOI: 10.1386/crre.6.1.9\_1.
- Kortt, M.A., Sinewe, E., i Pervan, S.J. (2018). The Gender Wage Gap in the Tourism Industry: Evidence from Australia. *Tourism Analysis*, 23(1), 137–149. DOI: 10.3727/108354217X15143857878697.
- Koseoglu, M., King, B., i Rahimi, R. (2019). Gender disparities and positioning in collaborative hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. DOI: 10.1108/IJCHM-09-2018-0747.
- Kuiper, K. (s.d.). Olympe de Gouges. *Encyclopaedia Britannica*. Recuperat el 26 de novembre de 2019 de <https://www.britannica.com/topic/divorce>
- Kuo, C.-W. (2016). Transcultural body without organs: From the abolition of Chinese Foot-Binding to medical tourism in East Asia. *International Journal of Critical Cultural Studies*, 14(3), 31-44.
- Llei 11/2014, de 10 d'octubre, per garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgèneres i intersexuals i per eradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia, Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya 305-055.3(460.23)(094.5) – 26.04.2016.
- Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya 6919 – 23.7.2015.
- Liu, T., Geng, L., Ye, L., i Zhou, K. (2019). "Mother Nature" enhances connectedness to nature and pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 61, 37-45. DOI: 10.1016/j.jenvp.2018.12.003.

- Loftsdóttir, K., Kjartansdóttir, K., i Lund, K.A. (2017). Trapped in clichés: masculinity, films and tourism in Iceland. *Gender, Place and Culture*, 24(9), 1225-1242. DOI: 10.1080/0966369X.2017.1372383.
- Lozanski, K. (2015). Transnational surrogacy: Canada's contradictions. *Social Science and Medicine*, 124, 383-390. DOI: 10.1016/j.socscimed.2014.10.003.
- Lu, A.C.C., i Chen, B.T. (2014). Information Search Behavior of Independent Travelers: A Cross-Cultural Comparison Between Chinese, Japanese, and American Travelers. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 23(8), 865-884. DOI: 10.1080/19368623.2014.858612.
- Lubowiecki-Vikuk, A., i Dryglas, D. (2019). Medical tourism services and medical tourism destinations in Central and Eastern Europe - the opinion of Britons and Germans. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 1256-1274, DOI: 10.1080/1331677X.2019.1627892.
- Lyu, S.O., i Han, J.H. (2016). Assessing preferences for mega sports event travel products: a choice experimental approach. *Current Issues in Tourism*, 20(7), 740–758. DOI: 10.1080/13683500.2016.1214110.
- Mair, J., i Frew, E. (2016). Academic conferences: a female ethography. *Current Issues in Tourism*, 1-21. DOI: 10.1080/13683500.2016.1248909.
- Maxwell, K. (2011). Hearth and household economy in an Andean village. *Human Organization*, 70(2), 189–199. DOI: 10.17730/humo.70.2.8711545565677262.
- McKercher, B., Pang, S. F. H., i Prideaux, B. (2011). Do gender and nationality affect attitudes towards tourism and the environment? *International Journal of Tourism Research*, 13(3), 266–300. DOI: 10.1002/jtr.816.
- Mendes, A.C., i Lau, L. (2019). A postcolonial framing of international commercial gestational surrogacy in India: Re-orientalisms and power differentials in Meera Syal's *The House of Hidden Mothers*. *Interventions*, 21(3), 318-336. DOI: 10.1080/1369801X.2018.1558094.
- Mikkelsen, M.V., i Cohen, S.A. (2015). Freedom in mundane mobilities: caravanning in Denmark. *Tourism Geographies*, 17(5), 663-681. DOI: 10.1080/14616688.2015.1084528.



- Molinillo, S., i Japutra, A. (2016). Factors influencing domestic tourist attendance at cultural attractions in Andalusia, Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 456–464. DOI: 10.1016/j.jdmm.2016.09.011.
- Möller, C. (2012). Gendered Entrepreneurship in Rural Latvia: Exploring Femininities, Work, and Livelihood Within Rural Tourism. *Journal of Baltic Studies*, 43(1), 75–94. DOI: 10.1080/01629778.2011.634103.
- Moncau, C., i París, C. (2018). La explotación sexual de la infancia en los viajes y el turismo (Proyecto Final de Grau). CETT-UB, Barcelona.
- Mooney, S. (2017). The hidden power of memory-work for hospitality and tourism researchers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 142-148. DOI: 10.1016/j.jhtm.2017.09.010.
- Moreno, D., i Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 903-919. DOI: 10.1080/09669582.2019.1588283.
- Morgan, N., i Pritchard, A. (2018). Gender, Advertising and Ethics: Marketing Cuba. *Tourism Planning and Development*, 15(3), 329-346. DOI: 10.1080/21568316.2017.1403372.
- Mostafanezhad, M. (2013). “Getting in Touch with your Inner Angelina”: celebrity humanitarianism and the cultural politics of gendered generosity in volunteer tourism. *Third World Quarterly*, 34(3), 485–499. DOI: 10.1080/01436597.2013.785343.
- Muler, V., Coromina, L., i Galí, N. (2018). Overtourism: residents’ perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*. DOI: 10.1108/TR-08-2017-0138.
- Munar, A. M., Biran, A., Budeanu, A., Caton, K., Chambers, D., Dredge, D., et al. *The gender gap in tourism academy: Statistics and indicators of gender equality*. Copenhagen: While Waiting for the Dawn.
- Munar, A. M. (2017). To be a feminist in (tourism) academia. *Anatolia*, 28(4), 514-529. DOI: 10.1080/13032917.2017.1370777.
- Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2) 22-25. DOI: 10.1111/2041-9066.12021.

- Muñoz-Fernández, G.A., Rodríguez-Gutiérrez, P., i Santos-Roldán, L. (2016). Entrepreneurship in higher education in tourism, gender issue?. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 14(1), 45-66. DOI: 10.14204/ejrep.38.15040.
- Mura, P. (2018). The future of gender studies in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 141–143. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.020.
- Muresan, I., Oroian, C., Harun, R., Arion, F., Porutiu, A., Chiciudean, G., Todea, A., i Lile, R. (2016). Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development. *Sustainability*, 8(1), 100. DOI: 10.3390/su8010100.
- Nacions Unides. (2019). Objectius de Desenvolupament del Millennni. Recuperat el 9 de desembre de 2019 de <https://www.un.org/millenniumgoals/bkgd.shtml>
- Nacions Unides. (2019). Objectius de Desenvolupament Sostenible. Recuperat el 15 de desembre de 19 de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Narayanaswamy, L., (2016). Whose feminism counts? Gender(ed) knowledge and professionalisation in development. *Third World Quarterly*. 37(12), 2156-2175. DOI: 10.1080/01436597.2016.1173511.
- Nassani, A.A., Aldakhil, A.M., Abro, M.M.Q., Islam, T., i Zaman, K. (2018). The Impact of Tourism and Finance on Women Empowerment. *Journal of Policy Modeling*. DOI: 10.1016/j.jpolmod.2018.12.001.
- Nishio, T., Larke, R., van Heerde, H., i Melnyk, V. (2016). Analysing the motivations of Japanese international sports-fan tourists. *European Sport Management Quarterly*, 16(4), 487–501. DOI: 10.1080/16184742.2016.1188838.
- Nunkoo, R., Hall, C. M., Rughoobur-Seetah, S., i Teeroovengadum, V. (2019). Citation practices in tourism research: Toward a gender conscientious engagement. *Annals of Tourism Research*, 79, 102755. DOI: 10.1016/j.annals.2019.102755.
- O'Regan, M., Choe, J., i Matthew, Y. (2017). Attendee Motivations at an International Wine Festival in China. *Event Management*, 21(4), 448–460. DOI: 10.3727/152599517X14998876105774.
- Observatori de la Igualtat de Gènere (2019). Les dones a Catalunya. Recuperat el 7 de gener de 2020 de [http://dones.gencat.cat/web/.content/03\\_ambits/sensibilitzacio/dia\\_dones/2019/Dossier-8M-2019.pdf](http://dones.gencat.cat/web/.content/03_ambits/sensibilitzacio/dia_dones/2019/Dossier-8M-2019.pdf)

- Ocha, W. i Earth, B. (2013). Identity diversification among transgender sex workers in Thailand's sex tourism industry. *Sexualities*, 16(1-2), 195-216. DOI: 10.1177/1363460712471117.
- Olid, B. (2019). *Follem? De què (no) parlem quan parlem de sexualitats*. Barcelona: Bridge.
- Olson, E.D., i Reddy-Best, K. (2019). "Pre-topsurgery, the body scanning machine would most likely error:" Transgender and gender nonconforming travel and tourism experiences. *Tourism Management*, 70, 250-261. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.08.024.
- Omare, M., Kiage, O., Akama, J., i Sulo, T. (2019). Socioeconomic factors hindering domestic tourism consumption in Kenya: The case of Nakuru, Mombasa and Nairobi towns. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3).
- Olya, H. G. T., Lee, C.-K., Lee, Y.-K., i Reisinger, Y. (2019). What are the triggers of Asian visitor satisfaction and loyalty in the Korean heritage site? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 195–205. DOI: 10.1016/j.jretconser.2018.11.002.
- Omid, M., Pons, F. i Zins, M. (2017). Revisiting drivers of tourist satisfaction and loyalty: Role of key moderators. *International Journal of Services Technology and Management*, 23(3), 165 - 188. DOI: 10.1504/IJSTM.2017.085472.
- OMT (2017). Second Global Report on LGBT Tourism. DOI: 10.18111/9789284418619.
- Pallarès-Blanch, M., Vera Martín, A., i Tulla, A.F. (2015). Entrepreneurship and innovation of women: Towards greater sustainability in rural mountain areas. *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10(3), 133 - 146.
- Panitch, V. (2013). Global surrogacy: Exploitation to empowerment. *Journal of Global Ethics*, 9(3), 329-343. DOI: 10.1080/17449626.2013.818390.
- Panta, S. K., i Thapa, B. (2017). Entrepreneurship and women's empowerment in gateway communities of Bardia National Park, Nepal. *Journal of Ecotourism*, 17(1), 20–42. DOI: 10.1080/14724049.2017.1299743.
- Park, J.-Y., Bufquin, D., i Back, R. M. (2018). When do they become satiated? An examination of the relationships among winery tourists' satisfaction, repeat visits and revisit intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*. DOI: 10.1016/j.jdmm.2018.04.004.

- Patil, V. (2011). Reproducing-resisting race and gender difference: Examining India's online tourism campaign from a transnational feminist perspective. *Signs*, 37(1), 185-210. DOI: 10.1086/660181.
- Pavić, D., Jakovljević, D., i Krajić, A. (2016). Local reactions concerning Serbia's obedska baranature reserve. *Polish Journal of Environmental Studies*, 25(1), 273-282. DOI: 10.15244/pjoes/60501.
- Peet, J.L. (2016). A Womb That Is (Not Always) One's Own: commercial surrogacy in a globalized world. *International Feminist Journal of Politics*, 18(2), 171-189. DOI: 10.1080/14616742.2015.1103060.
- Pereira, H. G., de Fátima Salgueiro, M., i Rita, P. (2016). Online determinants of e-customer satisfaction: application to website purchases in tourism. *Service Business*, 11(2), 375-403. DOI: 10.1007/s11628-016-0313-6.
- Pérez-Garzón, JS. (2011). Historia del feminismo. Madrid: Catarata.
- Perkov, D., Primorac, D., i Perkov, M. (2016). Position of female managers in Croatian tourism. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(1), 62-70.
- Perpiña, L., Prats, L., i Camprubí, R. (2017). Investigating perceived risks in international travel. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 12(2), 101-128.
- Peyvel, E., i Gibert, M. (2018). La fabrique du quartier routard de Pham Ngu Lao (Hô Chi Minh-Ville, Viêt-nam). Rapports de pouvoir et inégalités dans la mondialisation touristique. *Espace Géographique*, 47(2), 121. DOI: 10.3917/eg.472.0121.
- Polo, A.I., Chica, J., Frías, D.M., i Rodríguez, M.A. (2015). Market orientation adoption among rural tourism enterprises: The effect of the location and characteristics of the firm. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 54-65. DOI: 10.1002/jtr.1966.
- Pomfret, G., i Bramwell, B. (2014). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447-1478. DOI: 10.1080/13683500.2014.925430.
- Pritchard, A., i Morgan, N. (2017). Tourism's lost leaders: Analysing gender and performance. *Annals of Tourism Research*, 63, 34-47. DOI: 10.1016/j.annals.2016.12.011.
- Pritchard, A. (2018). Predicting the next decade of tourism gender research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 144-146. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.014.

- Putcha, R. S. (2019). Gender, caste, and feminist praxis in transnational South India. *South Asian Popular Culture*, 17(1), 61–79. DOI: 10.1080/14746689.2019.1585608.
- Querelle. (s.d.). <http://querelle.ca> [Recuperat el 16 de novembre de 2019].
- Ramos, P. (2003). *Feminismo y música: Introducción crítica*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Rampton, M. (14 de juliol de 2008). Four waves of feminism. *Pacific magazine*, 31(1), 37-42.
- Rank, M. (2013). *The most powerful women in the middle ages*. Scotts Valley: CreateSpace.
- Remington, J., i Kitterlin-Lynch, M. (2017). Still pounding on the glass ceiling: A study of female leaders in hospitality, travel, and tourism management. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 17(1), 22–37. DOI: 10.1080/15332845.2017.1328259.
- Remoaldo, P. C., Vareiro, L., Ribeiro, J. C., i Santos, J. F. (2014). Does Gender Affect Visiting a World Heritage Site? *Visitor Studies*, 17(1), 89–106. DOI: 10.1080/10645578.2014.885362.
- Reygan, F. (2016). Black lesbian (non)representation in ‘gay’ media in Cape Town: constructing a globalized white, male, affluent, gay consumer. *African Identities*, 14(1), 85-98. DOI: 10.1080/14725843.2015.1100105.
- Rice, J., i Khanin, D. (2019). Why Do They Keep Coming Back? The Effect of Push Motives vs. Pull Motives, and Attribute Satisfaction on Repeat Visitation of Tourist Destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–24. DOI: 10.1080/1528008X.2018.1553117.
- Richards, T.N., i Reid, J.A. (2015). Gender stereotyping and sex trafficking: Comparative review of research on male and female sex tourism. *Journal of Crime and Justice*, 38(3), 414–433. DOI: 10.1080/0735648X.2014.1000560.
- Rinaldi, A., i Salerno, I. (2019). The tourism gender gap and its potential impact on the development of the emerging countries. *Quality & Quantity*. DOI: 10.1007/s11135-019-00881-x.
- Rivera Mateos, M. (2018). Tourism pay gap and gender labor inequalities in rural areas of andalusia (Spain). *Cuadernos Geográficos*, 57(3), 291-312. DOI: 10.30827/cuadgeo.v57i3.6459.
- Rivera, J.P.R., i Gutierrez, E.L.M. (2018). The impact of awareness on tourism marketing slogan on length of stay and travel budget allocation of young travelers. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 7(1), 1-25.

- Roberts, R. (2015). 'The Untold Story': The mediated female ghost in England's Blenheim Palace. *European Journal of Cultural Studies*, 18(1), 35-51. DOI: 10.1177/1367549414557802.
- Rozier-Rich, S., i Santos, C.A. (2011). Processing promotional travel narratives. *Tourism Management*, 32(2), 394-405. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.03.009.
- Russell-Mundine, G. (2012). Reflexivity in Indigenous Research: Reframing and Decolonising Research? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 85-90. DOI: 10.1017/jht.2012.8.
- Rydzik, A., Pritchard, A., Morgan, N., i Sedgley, D. (2017). Humanising migrant women's work. *Annals of Tourism Research*, 64, 13-23. DOI: 10.1016/j.annals.2017.02.002.
- Ryu, K., Bordelon, B.M., i Pearlman, D.M. (2013). Destination-Image Recovery Process and Visit Intentions: Lessons Learned from Hurricane Katrina. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 22(2), 183-203. DOI: 10.1080/19368623.2011.647264.
- Salomon, C. (2012). The price of the inaccessible: New forms of gender-and race-based intimacy during the era of globalization. *L'Homme*, 203 - 204, 211-238.
- Salvador, M. (2019). Caracterització i debats sobre el turisme de voluntariat (Projecte de Final de Grau). CETT-UB, Barcelona.
- Sánchez, M. (2019). *Pedagogías queer. ¿Nos arriesgamos a hacer otra educación?*. Madrid: Catarata.
- Sanz-Blas, S., Ruiz-Mafé, C., i Perez, I. P. (2014). Key drivers of services website loyalty. *The Service Industries Journal*, 34(5), 455-475. DOI: 10.1080/02642069.2014.871530.
- Schirpke, U., Hölzler, S., Leitinger, G., Bacher, M., Tappeiner, U., i Tasser, E. (2013). Can we model the scenic beauty of an alpine landscape? *Sustainability*, 5(3), 1080-1094. DOI: 10.3390/su5031080.
- Seminari Filosofia i Gènere (s.d.). Moderata Fonte. Recuperat el 24 de novembre de 2019 de <http://www.ub.edu/seminarifilosofiagenere/filosofa/moderata-fonte/?lang=es>
- Šerić, M., i Vernuccio, M. (2019). The impact of IMC consistency and interactivity on city reputation and consumer brand engagement: the moderating effects of gender. *Current Issues in Tourism*, 1-19 DOI: 10.1080/13683500.2019.1637403.

- Sheikhi, A.R. (2015). The impact of ethnic tourism on gender equality: A case study of Iran's Baluchistan women. *Tourism*, 63, 161-174.
- Simão, J., i Mósso, A. (2013). Residents' perceptions towards tourism development: the case of Sal Island. *International Journal of Development Issues*, 12(2), 140–157. DOI: 10.1108/IJDI-12-2012-0076.
- Small, S. (2013). Still Back of the Big House: Slave Cabins and Slavery in Southern Heritage Tourism. *Tourism Geographies*, 15(3), 405-423. DOI: 10.1080/14616688.2012.723042.
- Small, J. (2016). Women's "beach body" in Australian women's magazines. *Annals of Tourism Research*, 63, 23-33. DOI: 10.1016/j.annals.2016.12.006.
- Small, J., Harris, C., i Wilson, E. (2017). Gender on the agenda? The position of gender in tourism's high ranking journals. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 114–117. DOI: 10.1016/j.jhtm.2016.11.002.
- Song, H. (2015). Study on marketing strategy of rural tourism and green food: A customer value perspective. *Advance Journal of Food Science and Technology*, 8(12), 912-912. DOI: 10.19026/ajfst.8.2730.
- Song, Y. M., i Chen, F. F. (2018). Tourism and Grand Song: The Role and Influence on the Life of Young Women in Xiaohuang. *Journal of China Tourism Research*, 1–23. DOI: 10.1080/19388160.2018.1483856.
- Sörensson, E. (2012). Providing fun in the 'world of tourism': Servicing backpackers in Indonesia, *Gender, Place and Culture*, 19(5), 670-685. DOI: 10.1080/0966369X.2011.625083.
- Soronellas, M., Bodoque, Y., i Torrens, R. (2013). Foreign women in new ruralities [Las mujeres extranjeras en las nuevas ruralidades]. *Gazeta de Antropologia*, 29(2).
- Stout, N. (2015). When a yuma meets mama: Commodified kin and the affective economies of queer tourism in Cuba. *Anthropological Quarterly*, 88(3), 665-691. DOI: 10.1353/anq.2015.0040.
- Sun, Z. (2017). Exploiting femininity in a patriarchal postfeminist way: A visual content analysis of Macau's tourism ads. *International Journal of Communication*, 11, 2624-2646. DOI: 10.1080/13527259608722178.
- Surangi, H. (2018). What influences the networking behaviours of female entrepreneurs? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 116–133. DOI: 10.1108/IJGE-08-2017-0049.

- Tan, Q.H. (2014). Orientalist obsessions: Fabricating hyper-reality and performing hyper-femininity in Thailand's kathoey tourism. *Annals of Leisure Research*, 17(24), 145-160. DOI: 10.1080/11745398.2014.906312.
- Tarrant, S. (2006). When sex became gender. Nova York: Routledge.
- Trujillo, G. (2015). Pensar desde otro lugar, pensar lo impensable: hacia una pedagogia queer. *Educação e Pesquisa*. DOI: 10.1590/S1517-9702201508142550.
- Umaerus, P., Högvall Nordin, M., i Lidestav, G. (2017). Do female forest owners think and act "greener"? *Forest Policy and Economics*. DOI: 10.1016/j.forpol.2017.12.001.
- Valcuende del Río, J.M., i Cáceres Fera, R. (2014). Bricheros: sexo, raza y etnicidad en contextos turísticos. *Revista de Estudios Sociales*, 49, 72-96. DOI: 10.7440/res49.2014.06.
- Vandegrift, D. (2008). "This isn't paradise, I work here": Global restructuring, the tourism industry, and women workers in Caribbean Costa Rica. *Gender & Society*, 22(6), 778e798. DOI: 10.1177/0891243208324999.
- Verge, T., i Alonso, A. (2019). La ceguera al género en el currículum de la ciencia política y su impacto en el alumnado. *Revista internacional de Sociología* 77(3), 1-13. DOI: 10.3989/ris.2019.77.3.18.003.
- Vidal, A. (26 de novembre de 2016). Anna Gabriel: "Sense la dona no hi ha revolució i sense les militants de base tampoc". *Diari Balears: Parlam com tu*. Recuperat el 24 d'octubre de 2019 de <https://www.dbalears.cat/politica/2016/11/26/296232/anna-gabriel-sense-dona-revolucio-sense-les-militants-base-tampoc.html>
- Vilarnau, J. (7 de setembre de 2019). Núria Sara Miras "Volem fer una societat més justa i igualitària". *Joaquim Vilarnau*. Recuperat el 3 de desembre de 2019 de <http://joaquimvilarnau.com/nuria-sara-miras-volem-fer-una-societat-mes-justa-i-igualitaria/>
- Vorobjovas-Pinta, O., i Hardy, A. (2016). The Evolution of Gay Travel Research. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 409-416. DOI: 10.1002/jtr.2059.
- Waitt, G., i Stapel, C. (2011). 'Fornicating on floats'? The cultural politics of the Sydney Mardi Gras Parade beyond the metropolis. *Leisure Studies*, 30(2), 197-216. DOI: 10.1080/02614367.2010.509445.



- Wang, Y., i Morais, D. B. (2014). Self-representations of the matriarchal Other. *Annals of Tourism Research*, 44, 74–87. DOI: 10.1016/j.annals.2013.09.002.
- Wang, H., i Xu, H. (2018). Gender Strategies at Work: Informal Female Tour Guides in Yangshuo West Street. *Journal of China Tourism Research*, 14(4), 524–540. DOI: 10.1080/19388160.2018.1517625.
- Weir, T., Dovey, L., i Orcherton, D. (2016). Social and cultural issues raised by climate change in Pacific Island countries: an overview. *Regional Environmental Change*, 17(4), 1017–1028. DOI: 10.1007/s10113-016-1012-5.
- Williams, E.L. (2017). Crossing borders to buy sex: Taiwanese men negotiating gender, class and nationality in the Chinese sex industry. *Sexualities*, 20(8), 921–942. DOI: 10.1177/1363460716676989.
- Wilson, T.D., Gámez Vázquez, A.E., i Ivanova, A. (2012). Women Beach and Marina Vendors in Cabo San Lucas, Mexico. *Latin American Perspectives*, 39(6), 83–95. DOI: 10.1177/0094582X12454562.
- Winter, C.P. (2014). Gender and heritage: 'Pro-women' of Capilla del Señor. *Revista Estudios Feministas*, 22(2), 543-561. DOI: 10.1590/S0104-026X2014000200008.
- Xu, H., i Gu, H. (2018). Gender and tourism development in China. *Journal of China Tourism Research*, 1-12. DOI: 10.1080/19388160.2018.1539426.
- Yang, E.C.L., Sharif, S.P., i Khoo-Lattimore, C. (2015). Tourists' risk perception of risky destinations: The case of Sabah's eastern coast. *Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 206–221. DOI: 10.1177/1467358415576085.
- Yang, E.C.L., Khoo-Lattimore, C., i Arcodia, C. (2018). Power and empowerment: How Asian solo female travellers perceive and negotiate risks. *Tourism Management*, 68, 32-45. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.02.017.
- Yang, E.C.L., Yang, M.J.H., i Khoo-Lattimore, C. (2019). The meanings of solo travel for Asian women. *Tourism Review*, 74(5), 1047-1057. DOI: 10.1108/TR-10-2018-0150.
- Yasin, B., Baghirov, F., i Zhang, Y. (2017). The role of travel experience and gender on travel information source selection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 269-310. DOI: 10.1108/JHTT-01-2017-0002.

- Ypeij, A. (2012). The Intersection of Gender and Ethnic Identities in the Cuzco–Machu Picchu Tourism Industry. *Latin American Perspectives*, 39(6), 17–35. DOI: 10.1177/0094582X12454591.
- Yu, S.-L. (2014). The production of a gendered space: Reading women's landmarks in Anping, Taiwan. *Asian Women*, 30(4), 53-74.
- Yuniarty, i Abbas, B.S. (2015). Gender influence on repurchase decision through e-commerce: A case study at PT GME. *Advanced Science Letters*, 21(4), 997-999. DOI: 10.1166/asl.2015.5962.

## ÍNDIX D'IMATGES

Imatge 1. Proposta de model integrador del turisme amb altres ciències socials. Font: Holden, 2005

..... 11

## ÍNDEX DE TAULES

Taula 1. Metodologia provisional de l'assignatura. Font: elaboració pròpia .....	59
Taula 2. Metodologia definitiva de l'assignatura. Font: elaboració pròpia .....	68
Taula 3. Annex. Matriu d'entrevistes. Font: elaboració pròpia. ....	120

## ÍNDEX DE GRÀFICS

Gràfic 1. Publicacions d'articles a Scopus per any Font: elaboració pròpia amb dades de Scopus. .....	21
Gràfic 2. Publicacions d'articles a Scopus per temàtica. Font: Elaboració pròpia a partir de Scopus. .....	22
Gràfic 3. Articles descartats. Font: Elaboració pròpia .....	23

## **ANNEX 1: GUIÓ DE L'ENTREVISTA**

A continuació es presenta el guió de l'entrevista, que constitueix l'instrument a partir del qual es vehicula l'entrevista:

### **Justificació de l'assignatura**

- Creu que la proposta de crear una assignatura optativa per tal de tractar la temàtica de turisme i gènere en l'àmbit universitari és l'opció adequada? Per què?

### **Continguts temàtics**

- Per tal de crear el present programa d'assignatura les fonts emprades han estat articles acadèmics publicats a la base de dades Scopus. Com valora l'ús d'aquestes fonts d'informació?
- Com valora els continguts del programa? Afegiria o exclouria alguna cosa?

### **Metodologia i avaluació**

- Com valora les activitats proposades? Tindria alguna altra proposta d'activitat?
- Creu que la proposta d'avaluació és coherent?

### **Fonts d'informació bàsiques**

- Aquestes són les referències que s'han proposat al programa després de la revisió bibliogràfica, creu que s'hauria d'afegir algun treball de referència sobre Turisme i gènere? En sobra algun?

## ANNEX 2: ENTREVISTA AMB ERNEST CAÑADA MULLOR

**Núria:** Creus que la proposta de crear una assignatura optativa per tal de tractar la temàtica de turisme i gènere en l'àmbit universitari és l'opció adequada? Per què?

**Ernest:** Sí, però segons com es faci. És a dir, incorporar els estudis de gènere en una carrera professionalitzant com és el turisme és imprescindible, perquè el gènere és una de les categories fonamentals per entendre el què està passant amb el sector turístic. Llavors, no tenir-ho en compte, és una mancança evident. Ara, depèn de com es faci pots fer *socialwashing* o com li vulguis dir i no servir per res, o pot ser útil. Òbviament crec que s'ha de fer una assignatura, però que també s'ha de transversalitzar l'anàlisi amb els altres espais. Però per poder fer aquest procés de transversalització crec que fa falta una assignatura específica, pròpia, però que no es quedi aquí el procés, que no sigui la secció aquella de "les coses rares", sinó que després es pugui connectar amb les altres matèries. Però per fer-ho fa falta una assignatura. Ara, s'ha de fer bé perquè sinó pot ser un bolet.

**Núria:** O sigui, la situes més com un punt d'inici de canvi transversal en el grau?

**Ernest:** Sí, ben dit seria això. O sigui, sí, però si serveix per iniciar un procés de repensar el currículum de la carrera.

**Núria:** I aquest discurs que comentes del *socialwashing*?

**Ernest:** Que no serveixi per res. Com alguns dels discursos que es fan sobre sostenibilitat. O sigui, que si fas un enfocament que no va a l'arrel dels problemes i que les coses les mira tant des de lluny, i després el que importa és el màrqueting i la comptabilitat, doncs quedarà maco, però no servirà per gaire.

**Núria:** Per tal de crear el present programa d'assignatura les fonts emprades han estat articles acadèmics publicats a la base de dades Scopus. Com valors l'ús d'aquestes fonts d'informació? Creus que n'hi pot haver d'altres? Com es vincularien?

**Ernest:** Jo crec que és imprescindible utilitzar Scopus o Web of Science i poder fer una recerca àmplia del què s'ha produït acadèmicament. S'hauria de complementar de dues maneres a l'hora, és a dir, no tant pel teu treball de final de grau, però una primera recerca a partir de Scopus o de Web of Science té unes limitacions que detecten unes coses, però després quan fas la revisió manual de la bibliografia, et dones compte que hi ha coses que no t'han sortit, perquè no estaven ben categoritzades, o perquè pel que sigui no t'han aparegut. Llavors, hi ha molta cosa que és molt rara, que has de treure, però després n'has d'incorporar d'altra de literatura científica també. Per altra banda, hi ha molta literatura gris que s'ha d'incorporar que no sempre, o no necessàriament te la recullen les bases de dades acadèmiques: informes de la OMT, també informes de ONU Mujeres, informes d'organitzacions no

governamentals... És a dir, per exemple, no es poden estudiar temes de turisme sexual sense tenir en compte ECPAT, que és la xarxa internacional, i això no necessàriament et sortirà al Scopus o el Google Science. Llavors sí, fan falta, és imprescindible, però a l'hora s'han de complementar.

**Núria:** I a part d'aquestes organitzacions, els moviments feministes com a font d'informació primària, com els veus per poder-los incorporar en aquesta assignatura?

**Ernest:** Jo crec que aquí hi ha un problema, que és que hi ha una separació bastant gran, o sigui no s'estan mirant els estudis sobre gènere i turisme amb el moviment feminista. Hi ha molt poca presència de l'activisme feminista en els estudis de gènere. I els estudis de gènere pequen d'un cert procés de professionalització i de burocratització. És a dir, han aconseguit situar-se en un cert espai, que és el que et deia del perill de l'assignatura amb altres dimensions, però que ocupen un espai que permet que no canviï res. Llavors, el moviment feminista viu d'esquenes al que està passant en l'àmbit turístic, més enllà d'alguns punts molt concrets, com podrien ser coses vinculades amb el turisme sexual, perquè també són moralment molt reprovables i difícils d'assumir.

Crec que hi ha una mancança i després perquè hi ha temes importants que tenen a veure amb la producció turística que no es tenen en compte des del moviment feminista, o que s'han deixat molt de banda en els últims anys, cosa que als anys 70 no passava; però que l'onada del gir cultural postmodern que es va produir més endavant acaba generant que certs temes de la producció s'abandonin, per exemple vinculats amb el treball. I això passa en moltes esferes, inclús també amb temes bàsics del feminisme, com les cures, que llavors no mirem els treballs de cures assalariats, només mirem els altres, i passen coses com les que passen, com que hagi de ser un tio, en aquest cas jo, qui posi sobre la taula el tema de les Kellys, quan des del moviment feminista una cosa enorme se'ls havia passat per davant. Llavors aquí hi ha un biaix tant acadèmic, com d'institucions multilaterals com la OMT, com a l'hora del mateix moviment feminista que han deixat de banda certs temes i certs abordatges. Llavors, això és una cosa que s'hauria de complementar.

**Núria:** Com valories els continguts del programa: afegiries o exclouries alguna cosa?

**Ernest:** Jo aquí en el 2.2, aplicacions pràctiques de la perspectiva de gènere, intentaria explicar què s'ha estudiat, és a dir, quins temes s'han estudiat i com s'han estudiat. Llavors en el tercer punt que poses l'accent en la persona que viatja, en el turista,... no sé si parlaria de comunitat local. O sigui, el risc que té tal i com ho tens muntat és que no l'acabis fent, ningú acaba els programes. Té el risc de que es faci molt llarg, i només tens 30 hores. Jo no sé si parlaria de comunitat local, em sona una mica estrany. O sigui, ja ho entenc, tu estàs dient el turista, el relat... Jo d'alguna manera mouria això, començaria per com s'organitza. És a dir, comença per la producció: com i què es produeix, i després passa al turista i després a com es ven o la part aquesta del relat, em sembla que és una cosa que no deixa d'estar lligada a la producció, és a dir, com aconsegueixes vendre. Llavors jo substituiria aquest



punt 4 i l'integraria com un més aquí dins. És a dir, parlaria de la producció, com està organitzat el turisme des de la perspectiva de la producció turística.

No és casualitat que a la carrera sigueu la majoria dones, que als treballs operatius majoritàriament sigueu dones. És a dir, aquí hi ha un anàlisi, que es pot fer des de múltiples perspectives, i s'ha fet. És a dir, la OMT o els lobbies més pro la pròpia indústria, repeteixen sistemàticament que el turisme és una gran oportunitat per les dones per poder treballar, perquè gràcies a les formes d'ocupació atípiques i flexibles, des d'altre enfocaments el que diem és que és un procés de naturalització a les desigualtats que beneficia el propi capital. Però jo diria de començar per la base, que això és un sector econòmic, com funciona aquest sector econòmic i quin biaix de gènere té perquè funcioni com funciona. I llavors entrar en les diferents fases de producció i dels seus impactes, i el relat és part de la producció, és com vens, comercialitzes i expliques això. I després sí, li posaria l'accent en la persona que viatja, però no començar per aquí, perquè sinó no entens amb quines estructures s'està movent. És a dir, aquí hi ha una discussió entre estructura i agència. Bé, hi havia com una lectura molt marxista i tradicional, que només es mirava les estructures i donava molt poca importància al paper que podien tenir les persones. Això pots compensar-ho, però en veritat és molt complexa, i necessites de les dues coses. Necessites d'entendre com funcionen les estructures de producció de l'activitat turística i a l'hora quins són els espais de motivació, de personals,... de les persones que estan incorporades. Però crec que s'hauria de començar per les bases, però aquesta és una discussió que es repeteix constantment.

Jo et diria el punt 5 [la perspectiva de gènere aplicada a la comunitat local] el posaria al 3 [la perspectiva de gènere aplicada a qui viatja], el punt 4 [la perspectiva de gènere aplicada al relat turístic] l'incorporaria dins del 5, com a part de les estructures de producció. I començaria explicant com funciona i com es crea i quina mirada de gènere necessitem fer-li per entendre com funciona, i a partir d'aquí quins impactes té. Com es produeix, com es ven i el que vulguis, però després d'això quins impactes té. I després parlem de què suposa per la persona que viatja. Seguint una seqüència lògica, des de que produeixes fins les conseqüències que té aquest procés.

D'alguna manera, dins dels impactes d'aquests models de producció, tot el debat sobre el turisme sexual l'has de poder incloure, però com a part dels impactes. Per exemple, si hi ha un procés d'apropiació d'aigua hem de poder tenir una mirada de gènere, com afectarà a homes i dones que parteixen d'una estructura de desigualtat, perquè part de l'oferta també té a veure amb la creació d'aquest tipus de producte, o com aquestes estructures són aprofitades per altres processos de desigualtat, de generació de desigualtats, com podria ser el turisme sexual. És a dir, no només és veure'l com un producte directament d'una oferta, sinó com una situació d'estructura de desigualtat aprofita noves coses per poder penetrar en elles. No veure-ho només en una direcció, perquè seria molt simplista, que el turisme és generador de turisme sexual. Les estructures de desigualtat de gènere acaben comercialitzant coses i aprofiten mecanismes com el turisme. Jo et diria, la societat és desigual des de múltiples categories, però el turisme s'està produint en un determinat context de desigualtat, que al seu moment reproduïx desigualtats, les aprofita o les pot combatre. Però és una estructura

econòmica que s'insereix en una estructura de desigualtat i pot generar efectes diversos i contradictoris.

**Núria:** O sigui, tu posaries primer el focus en la base en que s'està fonamentant la indústria turística, i partir d'aquí entendre tots els seus debats i entendre quines conseqüències té les diferents concepcions.

**Ernest:** Per exemple, hauríem de poder mirar des de l'estructura productiva, un dels problemes dels estudis de gènere i turisme és que han posat només el focus o s'ha visualitzat més, amb el sostre de cristall. I és veritat, però a l'hora no s'estan veient totes les estructures de desigualtat que ha reproduït, ha generat, i ha contribuït a incrementar a partir d'una estructura de desigualtat de gènere. No es tracta de repetir el què fan altres assignatures, sinó que anem a donar-li una mirada específica sobre, per exemple com es produeix el turisme, com es creua la desigualtat de gènere amb ell i com interactua amb el turisme. Llavors comences per lo productiu, dius: això es produeix, i es produeix perquè has d'oferir uns serveis, però has de generar uns menjars, una oferta, has de netejar... Per tant, tota la cadena està creuada per una desigualtat de gènere. Llavors és: com el turisme interactua amb ella?

**Núria:** Tu primer situaries les estructures de desigualtat ja existents fora del turisme i a partir d'aquí encreuar-les, no?

**Ernest:** Sí. Com interactua el turisme, i a partir d'aquí veure quines conseqüències té això. Les conseqüències poden ser des del propi funcionament de l'activitat turística com ara aspectes concrets com pot ser la imatge sexualitzada de les dones cubanes que s'ha fet durant anys. O sigui, jo veig bé tots els temes, el que no veig és una seqüència lògica. Això és al que em sembla que se li hauria de donar una volta. No ens posarem a explicar la desigualtat de gènere social, pots introduir mínimament quan fas els conceptes bàsics, però després s'ha d'explicar què és el turisme des d'una mirada de gènere. El turisme funciona perquè l'estàs produint, part de la producció és vendre'l i això es produeix en contextos i entorns que té múltiples espais d'interacció. I això genera coses en el territori i en la gent que viu allà, tant com els qui hi treballen com els turistes.

Jo diria d'alguna manera, que l'objectiu de l'assignatura és fer que l'alumnat prengui consciència de com interactua el turisme amb unes desigualtats de gènere estructurals que estan presents en la societat, i que el turisme està present, no és un bolet, forma part d'ella. Llavors, com es produeix això, i d'alguna manera com aquest alumnat pren consciència d'aquestes desigualtats. Per exemple, quan vam fer aquell exercici a classe de política, que quan els grups eren mixtes parlaven d'unes coses, i quan els vam separar van començar a aparèixer temes que fins aleshores no havien aparegut, et dones compte que hi ha coses de fons.

**Núria:** Exclouries alguna cosa?

**Ernest:** No.

**Núria:** O sigui, canviaries l'ordre i posaries molt més èmfasi en aquesta part de les estructures.

**Ernest:** Jo crec que un programa l'has de poder pensar amb forma de seqüència lògica. És a dir, tu has de poder construir un relat. És a dir, per què ha de servir aquesta assignatura? A veure, estem vivint en una societat que és estructuralment desigual en termes de gènere, igual que amb altres desigualtats, però nosaltres anem a mirar les de gènere que interactuaran amb altres desigualtats. I anem a parlar d'un conjunt d'activitats que tenen un pes fonamental en moltes societats, que és el turisme. El turisme no és aliè a una desigualtat central en una societat, com és la desigualtat de gènere. Llavors, el què anem a fer en aquesta assignatura primer és que aprengueu a partir de quines categories podem analitzar això. Després, què sabem sobre aquest tema, és a dir, què hem analitzat, què ens diu la literatura i quines han sigut les discussions, més o menys per situar-nos. I ara, anem a intentar aprendre com funciona el turisme de manera simple, perquè no podem tocar molts, però des de com es produeix i com interactua amb els seus diferents actors. Això es produeix d'aquesta manera i es ven d'aquesta manera, i anem a analitzar-ho des d'una perspectiva de gènere.

No és casualitat que l'estructura de producció estigui tan creuada per diferències de gènere. Doncs expliquem el per què. Però un cop explicat això, quins efectes té en els diferents grans actors que interaccionen amb l'activitat: les persones que hi treballen, la comunitat amfitriona i amb els turistes. Jo et diria que una seqüència lògica que pots explicar és dir "mira, el turisme està creuat per aquestes desigualtats, funciona d'aquesta manera i al funcionar d'aquesta manera les desigualtats de gènere es manifesten d'aquesta manera i l'altra i es produeixen aquest tipus de fenòmens, que poden ser en múltiples direccions." Poden, perfectament, reproduir i aprofitar les desigualtats de gènere, o poden reduir-les o intentar reduir aquests processos de desigualtats.

**Núria:** Com valories les activitats proposades? Tindries alguna altra proposta d'activitat?

**Ernest:** Bé, tot bé. L'únic que has de deixar temps perquè tu expliquis també. És a dir, has de poder combinar l'explicació d'un anàlisi, d'uns conceptes... Has de poder fer alguns moments que això hi sigui perquè has de pensar que amb les bases amb les que vindran seran molt limitades i que a més no ho han fet enlloc. Com no hagin fet algun mòdul a l'escola, no ho tindran. Llavors, tu per poder explicar aquestes coses hi has pensat molt, però no vol dir que la gent estigui en les mateixes categories ni entenent. I potser estàs dient coses o vols fer coses molt avançades i et pots trobar amb un alumnat que hagi de fer coses molt bàsiques. Tu has de poder tenir en el programa temps per explicar totes aquestes coses, i que després l'activitat ho reforci, però no deixis que l'activitat ho expliqui tot.

**Núria:** És a dir, tu no faries que l'activitat fos un generador de coneixement, sinó un reforç?

**Ernest:** Bé, les dues coses. Però encara que sigui poca estona, tu has de poder explicar o després que ells hagin fet el treball, perquè sinó és molt maco, però no...

**Núria:** Creus que la proposta d'avaluació és coherent amb els continguts proposats que s'hauran de revisar?

**Ernest:** Sí. I l'examen?

**Núria:** No n'hi ha.

**Ernest:** I això et deixen?

**Núria:** Sí. Hi ha una assignatura que no té examen, el que fas és una entrega final amb avaluació contínua. I amb això, completariem el 100% de l'assignatura.

**Ernest:** Però, llavors, com fas avaluació continuada i única? O sigui, no les diferències.

**Núria:** No. L'únic que passaria és que en la única, hi ha una activitat que es planteja en grup, que també es faria individual. Entenent que les persones que fan única no assisteixen a classe. Però està obert a debat, t'ho pregunto perquè em portis la contrària si cal.

**Ernest:** Jo crec que sí, però passa que és assaig i error.

**Núria:** O sigui, creus que pot ser un punt feble que no hi hagi un examen final?

**Ernest:** No, jo pensava més pel CETT, perquè l'estructura del CETT tenia entès que no ho permetia. Però no per ells, sinó perquè la normativa no digui que això no és possible. Jo de tota manera no descartaria fer un examen en el qual poses un exemple pràctic que hagin d'analitzar, fas 2 o 3 preguntes de control de conceptes i algunes coses bàsiques que algú de manera individual ha de poder sostenir després d'haver fet l'assignatura. O sigui, que et pugui dominar alguns conceptes bàsics i que pugui fer un anàlisi de gènere.

**Núria:** Aquestes són les referències que s'han proposat al programa després de la revisió bibliogràfica. Creus que s'hauria d'afegir algun treball de referència sobre turisme i gènere? En sobra algun?

**Ernest:** Jo diria que falta una cosa bàsica que és literatura molt simple sobre anàlisi de gènere. Pot ser acadèmic, però que sigui en castellà o altres idiomes. Algun article o algun llibre o 2 o 3 materials divulgatius que expliquin coses bàsiques sobre gènere. O sigui, no donem per suposat que tothom està discutint la teoria queer, perquè no és veritat. És a dir, ni el sistema sexe – gènere hi ha molta

gent que el sàpiga. Llavors, hi ha coses bàsiques que s'haurien de tenir en compte, coses perquè tothom et pugui seguir: què és l'anàlisi de gènere? Tant de gènere com de turisme i gènere.

Jo posaria per exemple en castellà l'article de la Daniela que està en el llibre aquest que t'he deixat, que és com bastant bàsic, sobretot pel gènere i turisme. I alguna cosa bàsica d'anàlisi de gènere. I alguna cosa que hauríem de dir també a la gent és que a l'anàlisi de gènere hi ha visions molt diferents. O sigui, això estaria molt bé en aquesta bibliografia per un màster o alguna assignatura de doctorat, però per l'alumnat que tindràs no te'n llegiran ni un, com a molt tindràs a una friqui com tu que li interessarà, i això l'enganxarà, però sinó tens el risc que desconnectin i que no tinguin cap material de suport. Tu els hi has de poder donar 2 o 3 coses bàsiques que es poden llegir. Et fan falta algunes coses més simples sobre anàlisi de gènere (un parell) i gènere i turisme, que pots resoldre amb l'article de la Daniela més la Stroma Cole.

**Núria:** D'acord, perfecte. Algun pensament, proposta, comentari?

**Ernest:** Amb el tema que em demanaves abans sobre turisme sexual, jo crec que s'ha de poder incorporar amb una certa normalitat des de la part dels impactes o conseqüències que té l'activitat turística o la seva interacció amb el medi on es desenvolupa. I entendre que aquí també hi ha debats i discussió, ja que és un tema molt vinculat amb el de la prostitució que és un dels més tensos en el moviment feminista. Llavors, jo aquí et diria que la Daniela en aquest article té una posició bastant abolicionista i clàssica; i l'altra dona que escriu aquí és una que diu que no tot el turisme sexual és prostitució, ni tota la prostitució és tràfic de persones. O sigui, hi ha tràfic de persones sense ser forçades, però hi ha altres prostitucions que no ho són, i no tot el turisme sexual ho és.

Jo crec que tens un risc amb aquesta assignatura: que sigui molt transmissió ideològica, que sigui la teva posició sobre això o allò altre. I aquí, crec que hauries d'anar molt en compte, ser molt curosa. Agafar els temes fonamentals, poder explicar què se'n sap i quines posicions hi ha. Cuidar-te una mica a tu i poder ajudar a la gent a pensar i entendre les diferents visions. Per exemple, sobre el tema aquest tan controvertit del turisme sexual, dir: hi ha unes persones que penses això, hi ha aquests termes... i a la discussió tu pots dir el què penses, però sent molt curosa de separar la teva opinió del que transmetes a classe.

Un altre exemple. Dins del mateix moviment feminista n'hi ha que estan apostant pels anàlisis queer i d'altres que estan apostant per altres coses. És a dir, una persona que faci aquesta assignatura no té per què compartir amb tu, però podria estar interessant en entendre-ho, i això és el que ens interessaria. En aquesta assignatura hem de poder reconèixer que hi ha estructures de desigualtat que tenen a veure amb la classe, amb el gènere, amb la raça... que són centrals en el funcionament de l'estructura de la societat, i que el turisme està encadenat en aquesta estructura de desigualtat, i veure com funciona això, quines conseqüències té, què en sabem sobre això i quines discussions se'n

generen. Però no necessàriament hem d'estar d'acord tot el grup classe amb el mateix. Has de poder mostrar les diferents cares, però sense posicionar-te.

El simple fet de fer mirar a la gent amb una perspectiva de gènere com funciona l'activitat turística ja que és una presa de posició, seria un risc explicar els debats en un sol corrent de pensament. L'altre risc és que no et segueixin, pel que potser hauràs d'explicar coses molt bàsiques i que parteixin del reconeixement de la seva pròpia experiència. El problema és que no et segueixin i els hi soni molt ideològic, per això hauràs de trobar el punt mig entre no ser superficial i no adoctrinar.

### ANNEX 3: ENTREVISTA AMB LA DRA. BEREZI ELORRIETA SANZ

**Berezi:** Crec que la proposta de crear una assignatura optativa és la solució adequada. Bé, no sé quines són les alternatives com a opcions. Però com a assignatura optativa em sembla molt bona idea, ja t'ho vaig dir en el correu, ja que em sembla que fins ara s'ha tractat molt poc el tema. Jo no sé si tu en aquesta cerca d'informació que has fet si has trobat moltes coses, però jo la sensació que tinc, que no m'he posat seriosament a buscar informació, és que el gènere està molt poc present en les discussions sobre el turisme, tot i que darrerament ha començat a estar-hi present per temes de condicions laborals. Parlo des de la meua perspectiva eurocèntrica i barcelonacèntrica, perquè en altres països potser els discursos són diferents. Però, per exemple, quan pensem en àmbits urbans, de turisme urbà, i més concretament Barcelona, l'únic que es parla des d'una perspectiva de gènere és sobre les treballadores dels hotels o temes d'aquest tipus. Aleshores, cal una perspectiva més integral, i per poder avançar en creació de coneixement en aquest sentit, el primer que hem de fer és formar a persones en perspectiva de gènere. Malauradament, en general, en la docència i recerca universitària crec que hauria de ser un tema transversal, però no ho és ni en turisme, ni en geografia, ni en història, en cap lloc, excepte en estudis específics, com màster de gènere. Llavors, com que no és un tema transversal, doncs em sembla una bona idea crear una assignatura optativa, ja que potser hi ha gent que no li interessa el tema. Aleshores crec que és una necessitat que hi hagi una formació que combini aquestes dues dimensions: la del gènere i la del turisme.

**Núria:** Llavors, passant a la part de continguts temàtics del programa. Com els valors? Afegiries o exclouries alguna cosa?

**Berezi:** Sobre el programa, és absolutament fonamental fer una introducció sobre temes de: què és el gènere, què és el sexe, què és el binarisme... Tot això que ja tens contemplat en el primer bloc. La complexitat dels moviments feministes també crec que és fonamental per entendre com hem arribat a aquests casos, aquests conceptes i aquests termes. I això ahir, per exemple, preparant un taller pel professorat d'UNIBA sobre temes d'introducció a la perspectiva de gènere en la docència i en la recerca. Nosaltres la organització que havíem fet era també partir de conceptes i teories i entendre els moviments feministes en la seva pluralitat. I després, eines concretes per introduir la perspectiva de gènere en la docència i després en la recerca, que ja hi ha bastantes coses publicades sobre això. Llavors, la introducció em sembla molt necessària. Clar, conceptes de turisme no en necessites perquè ja vénen d'un grau que ja saben el més bàsic. El primer i el segon bloc em semblen ideals i necessaris. Jo també faria aquesta distinció entre: estudiar la relació entre gènere i turisme des del punt de vista del turista, i després des del punt de vista de la destinació. O sigui, com impacta el turisme, com pot contribuir el turisme a crear desigualtats de gènere o a disminuir les desigualtats de gènere en la destinació, i com pot contribuir el turisme a crear desigualtats entre homes i dones quan són els turistes.

**Núria:** Els turistes donen una mica la volta i partir com a eix central de les desigualtats ja estructurals i veure quina relació hi estableix el turisme, és això el que m'has dit, no? Quan parles dels continguts de l'assignatura, tu no faries aquests tres blocs, sinó que diries: vivim en una societat desigual i a partir d'aquí analitzem el turisme i quines maneres té de relacionar-se amb aquestes desigualtats.

**Berezi:** Bé, el què et volia dir era que, per mi és una forma més clara d'organitzar-me les idees, que analitzem què passa amb el gènere en l'entorn turístic, o sigui, quin impacte té el turisme en aquell entorn des del punt de vista del gènere. I després, quin impacte té el gènere del turista en la seva activitat. En el sentit que quan parlem de l'entorn, probablement, estarem parlant realment sobre a qui beneficia l'activitat turística des d'una perspectiva de gènere i de classe, i si realment deixa uns beneficis a la comunitat. Quin model turístic podem impulsar per tal que aquest model contribueixi a disminuir desigualtats, per exemple, o a l'empoderament de les dones, o al que sigui. Però després també podem analitzar, per exemple, a qui van adreçats els productes turístics, i això seria el turista com a subjecte. Aleshores, normalment, crec jo, que no he fet un anàlisi molt acurat, que els productes turístics estan pensats, com sempre tot està pensat, per a l'home blanc, de mitjana edat... i aleshores no es tenen en compte les necessitats o els interessos de les dones. Jo aquestes dues diferenciacions les veig clares. Després, el que dius aquí del relat, de la difusió que se'n fa i la imatge que es ven em sembla bé, una molt bona classificació.

També podries considerar que en entorns més turístics, la inseguretat també creix per la pròpia població local. Per exemple, aquí a Barcelona, per les zones turístiques, és on hi ha més robatoris, i no només als turistes, sinó també a la població local. És veritat que el turisme també crea un cert augment d'actes delictius, sobretot robatoris.

Quan parlem de la destinació, el que més s'ha estudiat és el tema de les condicions laborals, o sigui: com afecta més la precarietat a les dones, els càrrecs que ocupen dins les empreses són normalment llocs de treball de baixa o molt baixa qualificació, o poc reconeixement salarial... En termes socials, podries parlar de temes d'empoderament, però està molt lligat al tema laboral.

I en la part social, i si parles, per exemple, de temes de formació: si ha impactat positiva o negativament el turisme al nivell de formació de les dones. Perquè molt sovint, les iniciatives que hi ha de desenvolupament turístic fan cursos de formació per un sector determinat per millor els índex d'ocupació, que també està relacionat amb l'economia. Però crec que podries parlar del nivell de formació, que estaria més relacionat amb l'empoderament, que no pas l'emprenedoria. Estic pensant en indicadors socials, o sigui, com afecten aquests a la destinació. Jo intentaria pensar en indicadors més del tipus com: qualitat de vida, de formació... per tal d'introduir el punt 2 dels impactes en els entorns socials. Perquè això sí crec que són temes socials: dificultats per la mobilitat, descans, salut, seguretat... I productiu, parles de temes més específicament laborals, com per exemple: els rols de gènere dins del mercat laboral.



**Núria:** Algun altre tema que creus que falti o del qual creus que no caldria parlar-ne?

**Berezi:** Una cosa que podries analitzar és: quina capacitat d'influència té la població local en les decisions sobre política turística, i si hi ha realment una diferència de gènere. És a dir, qui pren les decisions sobre política turística? Perquè a vegades pot haver-hi processos de participació ciutadana, o processos de decisió col·lectiva, o el que sigui. Però, si els líders de les comunitats són homes, si els representats de les associacions veïnals són homes... també aquí és impossible que la destinació turística gestioni el model turístic de forma equitativa o que contribueixi a disminuir les desigualtats. Aleshores no sé si ho posaria a l'apartat social o en un apartat més institucional o de govern. El tema de la participació és una trampa, o sigui, al final de gènere i de classe i de nivell de formació és una trampa, perquè al final sempre acaben decidint els mateixos.

Avui en dia, es considera la igualtat de gènere una de les condicions necessàries pel desenvolupament sostenible, i aleshores podries donar referents internacionals: de com el gènere està realment relacionat amb el turisme, amb el desenvolupament local d'una zona, la qualitat de vida d'un territori, la sostenibilitat... Et diria referents internacionals, o alguna cosa així, que suposadament tenen un gran grau de consens, o sigui, que no és el mateix citar investigacions que han fet determinats investigadors d'algunes universitats, o citar acords internacionals als quals se suposa que tots els països s'hi han compromès, que potser després queda en res, però és "incontestable". O sigui, si les Nacions Unides i els ODS diuen que "el gènere s'ha d'incloure", doncs és el que s'ha de fer.

**Núria:** [Explicació sobre la metodologia emprada]

**Berezi:** Em sembla molt bona idea que facin un anàlisi crític dels articles que has trobat i proposes. Però això requeriria per part teva fer primer un anàlisi en profunditat, però mirant-ho des del punt de vista pedagògic: com a activitat per aprendre el que se suposa que han d'aprendre en aquest bloc temàtic, em sembla adient i que podria complir amb els objectius que t'has plantejat per aquest bloc. És difícil, o sigui, per la professora requeriria bastant recolzament, perquè partint de experiències personals en l'àmbit de la geografia, a la gent li costa fer anàlisi crítics de determinats textos.

**Núria:** I com ho supleixes?

**Berezi:** Jo faig preguntes concretes. Intento plantejar als alumnes un guió amb preguntes com: com et sembla el tractament que fa d'això?, què afegiries?... Per exemple, jo els insisteixo molt, fins i tot als alumnes de màster en: què trobes de positiu i negatiu en aquest text, o en aquest pla territorial?, o sigui digues els punts febles i forts i tot preguntant per què. Perquè sinó la gent tendeix a dir que tot és meravellós o al contrari, però sense argumentar res. Jo ho faria amb guions més concrets, per exemple: què et sembla la metodologia de l'article? Però això t'ho dona l'experiència després perquè també depèn del grup classe que tinguis i tal. Però estic pensant que si és gent que no té molt coneixement previ ni les eines suficients com per analitzar críticament un article, que li parlis d'un tema tan específic

doncs és una mica complex. Doncs això, si ho volguessis facilitar jo faria un guió. En general, crec que és una activitat interessant perquè compleix amb els objectius del bloc temàtic, i amb les competències segur que també.

**Núria:** [Explicació sobre l'activitat dirigida a treballar el relat de la destinació]

**Berezi:** És molt maco això perquè al final, per exemple, el tema d'utilitzar les noves tecnologies a l'hora de fer treballs jo crec que és molt engrescador. Bé, ho sabreu vosaltres millor perquè jo ja fa molt anys que no sóc estudiant, però per exemple, fer un vídeo o un pamflet o alguna cosa així, doncs és més divertit. Has de pensar en el temps de dedicació que requereixen els estudiants també perquè encara no hem acabat de parlar, i penso que són feines bastant grosses. Per exemple, si fas l'anàlisi i de proposar una cosa nova, és bastant gros però és molt interessant. Se m'acudeix que pels estudiants també podria ser maco: agafar un operador o agent turístic i tot el que difon en les seves xarxes socials o per la seva web, analitzar aquest relat, que potser així és una mica més acotat; enlloc d'una campanya, que així potser et dóna més riquesa. O sigui, triar entre una campanya concreta o un operador. Ho poden triar ells, o fer tu prèviament una llista estudiada de manera que tu coneguis aquests casos i saps que hi ha suc per extreure.

**Núria:** Em quedo amb la idea que potser hi ha massa feina per ser una optativa, no?

**Berezi:** No per ser una optativa, sinó per ser una assignatura de 3 crèdits i 30 hores, és a dir, que dura un quadrimestre. Perquè tens una activitat cada tres setmanes, i són bastant grosses. Has de pensar que els estudiants estan fent alhora altres assignatures també. Pel que em passa a mi, a vegades alguns estudiants es queixen pel sistema de molta feina. O sigui, l'avaluació continuada amb diferents eines d'avaluació la veig molt bé. És a dir, que no sigui una sola prova i que no necessàriament sigui un examen, que em sembla perfecte, que hi hagi treball individual i en grup em sembla bé, que hi hagi una combinació d'anàlisi crític i alguna cosa de creativitat em sembla molt bona idea. L'únic que si vols posar varies activitats, potser em replantejaria que no fossin 5 sinó 3, i que les que siguin estiguin molt ben acotades, que no requereixin massa dedicació perquè en tres setmanes quanta estona li pots dedicar a una assignatura d'entre 4? Perquè entre pràctiques o feina, potser els queda poc temps per l'assignatura. Normalment acostuma a ser entre 30 i 45 hores i si ho divideixes entre 4 mesos, són poques hores. Així que jo intentaria simplificar-ho un pèl. O sigui, totes les activitats que m'has dit em semblen interessants, però per exemple, pensa en l'entrevista: primer has de pensar una persona, trobar-la, trobar un espai per parlar amb ella, el temps que passes parlant amb aquesta persona, després has de redactar tot el que has extret de l'entrevista, ordenar les idees... és bastanta feina. L'anàlisi crític també és bastant feina, però més senzilla d'organitzar en termes logístics, perquè si la fas tu, llegeixes quan vols i no perds tant temps en gestionar-la. Tots els treballs en grup són més difícils de gestionar i compatibilitzar horaris i aleshores concentrar-ho en dues o tres setmanes és molt difícil. Com a idea: podries posar una cosa com a treball de curs, encara que sigui corresponent a aquest bloc, i entre mig un parell d'activitats més que siguin més senzilles.

**Núria:** [Explicació sobre l'activitat centrada en treballar l'apartat de comunitat local]

**Berezi:** És interessant això. Clar, si deixes temps a l'aula per treballar-ho també és diferent. No és una cosa que requereixi molta dedicació. O sigui, buscar una notícia i després a l'aula t'hi dediques, això està bé.

**Núria:** Però, potser reformular-ho perquè n'hi hagi menys però que treballin les mateixes coses, no?

**Berezi:** Sí, jo ho intentaria. I després podries introduir, no sé com ho veus, analitzar la dimensió econòmica del turisme, que sàpiguen calcular temes d'indicadors de gènere o de desigualtat de gènere, o sigui tenir eines més quantitatives. Per exemple: agafar dades d'una destinació d'atur i que calculin tal indicador o coses així per anar canviant d'activitats: algunes que siguin més de reflexió i anàlisi, altres que siguin més aplicades de fer un gràfic... Per exemple jo quan parlo d'indicadors de desenvolupament, parlo dels indicadors que hi ha d'igualtat de gènere, per exemple hi ha un IDH desagregat per gènere que indica quin percentatge estan les dones per sota en el desenvolupament humà respecte els homes, després hi ha indicadors de gènere específics que tenen a veure amb l'atur... coses d'aquestes tipus, perquè sinó les veuen en cap altra assignatura, doncs és interessant que sàpiguen agafar, analitzar i interpretar les dades que tenen a veure des d'un punt de vista més quantitatiu. I el més senzill crec que és això: temes d'atur, temes de PIB, de segregació de gènere, altres tipus d'indicadors com l'IDH o coses així.

Fins que no comences a fer l'assignatura no te'n adones de quina dedicació requereix realment, si hi ha alguna activitat que funciona, alguna que no funciona... És absolutament normal que després la vagis canviant o reduint, o ajuntis dues activitats en una, o alguna activitat acabi sent individual enlloc d'en grup... La idea de la que has partit, que és l'avaluació continuada, està molt bé, la cosa més pràctica i més aplicada i diferents formes d'avaluació i d'aprenentatge, perquè no tot ha de ser memoritzar, reflexionar, ser creatiu... O sigui, jo veig que has intentat fer una cosa diversa i traslladar-ho a un nivell personal, que ho veig molt bé, però és això, en termes de dedicació no sé si et donaria temps i després que podries incloure alguna cosa per treballar les metodologies quantitatives.

**Núria:** [Explicació sobre les fonts d'informació bàsica]

**Berezi:** A mi quan era estudiant no m'acostumava a agradar que "m'obliguessin" a llegir coses en anglès, perquè es dona per fet que tothom té certes competències lingüístiques i la realitat no és així. Aleshores, em sembla una mica discriminatori cap als estudiants que no dominen l'anglès. La forma que s'està animant ara per presentar la bibliografia per incloure la perspectiva de gènere, sobretot en la recerca, és posar el nom complet dels autors i les autores, per tal que es vegi si són homes o dones. Això en les guies de perspectiva de gènere, però l'APA no és així, però tu pots decidir utilitzar un sistema diferent a l'APA. Hi ha algunes guies sobre això, no només en llenguatge inclusiu o les dades

separades per gènere, sinó a l'hora de la citació bibliogràfica òbviament buscar autores i després es tendeix a citar amb el nom complet, tot i que a vegades ni amb el nom complet es sap si és home o dona, però t'ho dic per si ho vols considerar.

I després, sobre el contingut en si, com que no conec les obres no et puc dir molta cosa, però jo posaria tant obres molt genèriques i bàsiques, fins a obres més específiques. Podries introduir coses així que siguin més d'introducció cap al tema del gènere, perquè pensa que és un grau en el qual segurament la gent ha estudiat molt poc sobre temes de gènere, i doncs que tingui l'opció d'una mica de tot.

També podries considerar si tens dubtes entre dos materials que puguin ser de contingut semblant jo optaria per les coses d'accés obert, que també hi ha coses de qualitat. No subestimis el que no entra estrictament dins l'esfera "científica – acadèmica", com per exemple: informes de les Nacions Unides o altres institucions.

Felicitats pel tema que has triat, perquè al ser una cosa poc treballada és més difícil i més fer-ne una assignatura, perquè a part d'estar barrejant dos temes de turisme i gènere també ho estàs combinant amb pedagogia. Una manera de fer una bona cerca per a mirar plans docents ja existents és: "Plan Docente" i després "turismo y género" o coses així.

#### ANNEX 4: MATRIU D'ENTREVISTES

Codi	Variable	Categoria	Fragment
Ernest	Justificació de l'assignatura	Optativa necessària	Òbviament crec que s'ha de fer una assignatura, però que també s'ha de transversalitzar l'anàlisi amb els altres espais.
Ernest	Justificació de l'assignatura	Transversalització gènere	Que després es pugui connectar amb les altres matèries.
Ernest	Justificació de l'assignatura	Transversalització gènere	Iniciar un procés de repensar el currículum de la carrera.
Ernest	Continguts temàtics	Fonts d'informació acadèmiques	És imprescindible utilitzar Scopus o Web of Science i poder fer una recerca àmplia del què s'ha produït acadèmicament.
Ernest	Continguts temàtics	Ampliar fonts d'informació	Hi ha molta literatura gris que s'ha d'incorporar que no sempre, o no necessàriament te la recullen les bases de dades acadèmiques: informes de la OMT, també informes de ONU Mujeres, informes d'organitzacions no governamentals.
Ernest	Continguts temàtics	Vincular recerca i realitat	No s'estan mirant els estudis sobre gènere i turisme amb el moviment feminista.
Ernest	Continguts temàtics	Recerca actual limitada	No mirem els treballs de cures assalariats, només mirem els altres.
Ernest	Continguts temàtics	Recerca actual limitada	Hi ha un biaix tant acadèmic, com d'institucions multilaterals com la OMT, com a l'hora del mateix moviment feminista que han deixat de banda certs temes i certs abordatges.
Ernest	Continguts temàtics	Organitzar continguts assignatura	Comença per la producció: com i què es produeix, i després passa al turista i després a com es ven.
Ernest	Continguts temàtics	Organitzar continguts assignatura	Començar per la base, que això és un sector econòmic, com funciona aquest sector econòmic i quin biaix de gènere té perquè funcioni com funciona.
Ernest	Continguts temàtics	Vincular turisme i gènere	La societat és desigual des de múltiples categories, però el turisme s'està produint en un determinat context de desigualtat, que al seu moment reproduceix desigualtats, les aprofita o les pot combatre.
Ernest	Continguts temàtics	Construir relat assignatura	Veig bé tots els temes, el que no veig és una seqüència lògica, has de poder construir un relat.
Ernest	Metodologia i avaluació	Contingut teòric i pràctic	Tot bé, però has de deixar temps perquè tu expliquis també. És a dir, has de poder combinar l'explicació d'un anàlisi, d'uns conceptes.
Ernest	Metodologia i avaluació	Examen cas pràctic	No descartaria fer un examen en el qual poses un exemple pràctic que hagin d'analitzar.

Ernest	Fonts d'informació bàsiques	Fonts bàsiques	Falta una cosa bàsica que és literatura molt simple sobre anàlisi de gènere.
Ernest	Fonts d'informació bàsiques	Adequació continguts	Tens el risc que desconnectin i que no tinguin cap material de suport.
Ernest	Fonts d'informació bàsiques	Visió plural	Un risc amb aquesta assignatura: que sigui molt transmissió ideològica, has de poder ajudar a la gent a pensar i entendre les diferents visions.
Ernest	Fonts d'informació bàsiques	Adequació continguts	L'altre risc és que no et segueixin, pel que potser hauràs d'explicar coses molt bàsiques i que parteixin del reconeixement de la seva pròpia experiència.
Berezi	Justificació de l'assignatura	Optativa necessària	Crec que la proposta de crear una assignatura optativa és la solució adequada.
Berezi	Justificació de l'assignatura	Transversalització gènere	En general, en la docència i recerca universitària crec que hauria de ser un tema transversal, però no ho és ni en turisme, ni en geografia, ni en història, en cap lloc, excepte en estudis específics, com màster de gènere.
Berezi	Justificació de l'assignatura	Vincular turisme i gènere	Crec que és una necessitat que hi hagi una formació que combini aquestes dues dimensions: la del gènere i la del turisme.
Berezi	Continguts temàtics	Adequació continguts	És absolutament fonamental fer una introducció sobre temes de: què és el gènere, què és el sexe, què és el binarisme...
Berezi	Continguts temàtics	Fonts bàsiques	La complexitat dels moviments feministes també crec que és fonamental per entendre com hem arribat a aquests casos, aquests conceptes i aquests termes.
Berezi	Continguts temàtics	Adequació de continguts	Conceptes de turisme no en necessites perquè ja vénen d'un grau que ja saben el més bàsic.
Berezi	Continguts temàtics	Organitzar continguts assignatura	Analitzem què passa amb el gènere en l'entorn turístic, o sigui, quin impacte té el turisme en aquell entorn des del punt de vista del gènere. I després, quin impacte té el gènere del turista en la seva activitat.
Berezi	Continguts temàtics	Incloure tema	També podries considerar que en entorns més turístics, la inseguretat també creix per la pròpia població local.
Berezi	Continguts temàtics	Incloure tema	En la part social, i si parles, per exemple, de temes de formació: si ha impactat positiva o negativament el turisme al nivell de formació de les dones.
Berezi	Continguts temàtics	Incloure tema	Intentaria pensar en indicadors més del tipus com: qualitat de vida, de formació... per tal d'introduir el punt 2 dels impactes en els entorns socials.
Berezi	Continguts temàtics	Incloure tema	Una cosa que podries analitzar és: quina capacitat d'influència té la població local en les

			decisions sobre política turística, i si hi ha realment una diferència de gènere. És a dir, qui pren les decisions sobre política turística?
Berezi	Continguts temàtics	Ampliar fonts d'informació	Avui en dia, es considera la igualtat de gènere una de les condicions necessàries pel desenvolupament sostenible, i aleshores podries donar referents internacionals, com ara acords internacionals.
Berezi	Metodologia i avaluació	Adequació continguts	A la gent li costa fer anàlisi crítics de determinats textos, per suplir-ho jo faig preguntes concretes i un guió.
Berezi	Metodologia i avaluació	Eines d'aprenentatge	D'utilitzar les noves tecnologies a l'hora de fer treballs jo crec que és molt engrescador.
Berezi	Metodologia i avaluació	Gestió de temps	Has de pensar en el temps de dedicació que requereixen els estudiants també perquè penso que són feines bastant grosses.
Berezi	Metodologia i avaluació	Eines d'aprenentatge	L'avaluació continuada amb diferents eines d'avaluació la veig molt bé.
Berezi	Metodologia i avaluació	Adequació activitats	Si vols posar varies activitats, potser em replantejaria que no fossin 5 sinó 3.
Berezi	Metodologia i avaluació	Adequació activitats	Si deixes temps a l'aula per treballar-ho també és diferent, ja no és una cosa que requereixi molta dedicació.
Berezi	Metodologia i avaluació	Incloure tema	És interessant que sàpiguem agafar, analitzar i interpretar les dades que tenen a veure des d'un punt de vista més quantitatiu.
Berezi	Fonts d'informació bàsiques	Adequació continguts	Es dona per fet que tothom té certes competències lingüístiques i la realitat no és així, pot ser una mica discriminatori cap als estudiants que no dominen l'anglès.
Berezi	Fonts d'informació bàsiques	Incloure tema	La forma que s'està animant ara per presentar la bibliografia per incloure la perspectiva de gènere, sobretot en la recerca, és posar el nom complet dels autors i les autores, per tal que es vegi si són homes o dones.
Berezi	Fonts d'informació bàsiques	Ampliar fonts d'informació	Jo posaria tant obres molt genèriques i bàsiques, fins a obres més específiques.
Berezi	Fonts d'informació bàsiques	Fonts bàsiques	Si tens dubtes entre dos materials que puguin ser de contingut semblant jo optaria per les coses d'accés obert, que també hi ha coses de qualitat.

Taula 3. Matriu d'entrevistes. Font: elaboració pròpia.